

ANALISA PERUBAHAN KEBIJAKAN KREDIT

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Prasyarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

NATALITA BAHTIAR

0822019

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2012



ANALISA PERUBAHAN KEBIJAKAN KREDIT

SKRIPSI



Oleh :

NATALITA BAHTIAR

0822019

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2012

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.





Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Natalita Bahtiar dengan NPM 0822019
Telah diuji pada tanggal 12 September 2012 dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji,

Dra. M. Yovita R. Pandin, MM

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,

Dra. Maria Widyastuti, MM

Ketua Program Studi Akuntansi,

Dra. Jeanne A. Wawolangi, Msi., Ak



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul skripsi : ANALISA PERUBAHAN KEBIJAKAN KREDIT TERHADAP
PROFITABILITAS PADA PT. GUNUNG MAS JAYA
SENTOSA DI SURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan
Tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika
Jurusan Akuntansi

Pada Hari Rabu, Tanggal 12 September 2012

Disusun oleh :

Nama : Natalita Bahtiar
NPM : 0822019
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Akuntansi

Tim Penguji :

Nama

1. Dra. M. Yovita R. Pandin,MM (Ketua)

2. Drs. Misrin Haryadi,MM.,Ak (Anggota)

3. Drs. Soedjono Rono Ec,MM (Anggota)



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Natalita Bahtiar

NPM : 0822019

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Akuntansi

Judul Skripsi : Analisa Perubahan Kebijakan Kredit Terhadap Profitabilitas pada PT. Gunung Mas Jaya Sentosa di Surabaya

Pembimbing,

Tanggal,..... 6 September 2012

(Dra. M. Yovita R. Pandin,M.M)

Mengetahui:

Ketua Jurusan:

Tanggal,..... September 2012

(Dra. Jeanne A. Wawolangi,MSi.,Ak)



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Natalita Bahtiar

NPM : 0822019

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Tempat/Tgl Lahir : Madiun, 25 Desember 1989

Alamat : Kebraon Mundu III No. 4

Judul Skripsi : Analisa Perubahan Kebijakan Kredit Terhadap Profitabilitas pada PT. Gunung Mas Jaya Sentosa di Surabaya

1. Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah sendiri bukan plagiat dan / atau karya orang lain.
2. Memperbolehkan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika untuk mempublikasikan seluruh / sebagian dari isi skripsi ini ke media publikasi dengan mencantumkan nama peneliti serta dosen pembimbing I dan / atau pembimbing II

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila dikemudian hari ada permasalahan terhadap karya ilmiah ini, maka saya siap bertanggung jawab sesuai dengan hukum yang berlaku.

Surabaya, 04 September 2012

Yang membuat pernyataan,



(Natalita Bahtiar)



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul :” Analisa Perubahan Kebijakan Kredit Terhadap PT. Gunung Mas Jaya Sentosa di Surabaya”. yang merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi (SE) program strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala dan kesalahan, namun semuanya itu dapat teratasi berkat bantuan banyak pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih dengan begitu dalam kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang telah memberikan kekuatan dan kesempatan yang begitu luar biasa sehingga dalam proses penyelesaian tugas akhir ini tidak mendapat halangan yang cukup berarti.
2. Ibu Dra. M. Yovita R. Pandin, MM selaku dosen pembimbing sekaligus rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah bersedia membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini dari awal sampai akhir sehingga skripsi ini layak untuk diuji.
3. Ibu Dra. Jeanne A. Wawolangi, MSi., Ak selaku ketua program studi akuntansi yang telah memberi kesempatan kepada saya untuk mempresentasikan skripsi ini dihadapan para dosen penguji.



4. Bapak Wendy Christiansen dan Ibu Elizabeth Lanni selaku direktur PT. Gunung Mas Jaya Sentosa yang telah memberi peneliti kesempatan untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.
5. Bapak Drs. Firmansyah, Ak selaku accounting PT. Gunung Mas Jaya Sentosa yang telah bersedia menyisihkan waktunya untuk memberikan informasi berkaitan dengan perubahan kebijakan kredit.
6. Bapak saya Subakti dan ibu saya tercinta Sri Retno Rahayu yang selalu memberikan semangat dan doanya kepada saya agar dapat dapat skripsi ini dengan sebaik mungkin.
7. Seluruh jajaran direksi BPR Karya Perdana Sejahtera yang selalu memberikan izin demi terselesaikannya skripsi ini sampai selesai.
8. My best friend Erlin, Ce Linda, Harry dan semuanya yang selalu setia memberikan support pada saya agar selalu bersemangat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis meminta maaf apabila terdapat kekurangan dalam skripsi ini, semua itu karena peneliti hanya manusia biasa yang tidak luput dari kesalahan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membutuhkan informasi tentang analisa perubahan kebijakan kredit..

Surabaya, September 2012

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRACT	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Definisi Piutang	5
2.1.2 Penentuan Besarnya Piutang	5
2.1.3 Klasifikasi Piutang	9
2.1.4 Sistem Pengendalian Piutang	10
2.1.4.1 Kebijakan KREDIT	11
2.1.4.2 Persyaratan KREDIT	15
2.1.4.3 Kebijakan Pengumpulan Piutang	19
2.1.5 Tingkat Perputaran Piutang	23





2.1.6 Umur Rata-Rata Piutang.....	24
2.1.7 Pengendalian Piutang	25
2.1.8 Pengertian Rasio Keuntungan	26
2.1.9 Pengukuran Tingkat Profitabilitas	27
2.1.10 Analisa Perubahan Kebijakan Kredit	30
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Rerangka Pemikiran.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Obyek Penelitian.....	36
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	36
3.3 Variabel Penelitian.....	37
3.4 Definisi Operasional Variabel	37
3.4.1 Pengumpulan Piutang.....	37
3.4.2 Profitabilitas	38
3.5 Metode dan Teknis Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	40
4.1.1 Sejarah Perusahaan	40
4.1.2 Legalitas Perusahaan	43
4.1.3 Lokasi Perusahaan	44
4.1.4 Susunan Direksi dan Pengurus	44



4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	44
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	49
4.2.1 Kebijakan Penjualan Kredit Tahun 2010.....	55
4.2.2 Kebijakan Penjualan Kredit Tahun 2011.....	55
4.2.3 Rencana Kebijakan Kredit Tahun 2012.....	56
4.3 Analisa Pengumpulan Piutang dan Profitabilitas Tahun 2010 – 2011	57
4.4 Analisa Incremental Tahun 2012.....	60
BAB V PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran	63
5.2.1 Saran Kepada Perusahaan.....	63
5.2.2 Saran Kepada Peneliti yang Akan Datang untuk Bahan Penelitian	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pengaruh perlunakan standard kredit atas keuntungan perusahaan dan perubahan yang ditimbulkan	13
Tabel 2.2 Pengaruh pemberian potongan tunai pada penjualan kredit	16
Tabel 2.3 Pengaruh periode potongan tunai yang diperpanjang pada penjualan kredit.....	17
Tabel 2.4 Pengaruh perpanjangan periode kredit.....	19
Tabel 2.5 Pengaruh kebijaksanaan pengumpulan piutang	21
Tabel 4.1 Neraca per 31 Desember 2009	50
Tabel 4.2 Neraca per 31 Desember 2010	51
Tabel 4.3 Neraca per 31 Desember 2011	52
Tabel 4.4 Laporan L/R periode Desember 2010	53
Tabel 4.5 Laporan L/R periode Desember 2011	54
Tabel 4.6 Hasil perhitungan pengumpulan piutang dan profitabilitas	59
Tabel 4.7 Analisa incremental.....	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor-faktor yang menentukan besarnya piutang	8
Gambar 2.2 Skema perputaran piutang	9
Gambar 2.3 Kerangka penelitian.....	35
Gambar 4.1 Struktur organisasi.....	45



ABSTRACT

Based on theory, cash sales is very advantageous, however every company is demanded to elevate sales volume for increasing profit of the company. As the result the company results sales policy on credit. Credit sales causes account receivable, which the higher the credit is, the more risky that unpaid credit. Thus, in this case PT. Gunung Mas Jaya Sentosa always forms credit policies which are different for every year to increase company's profit.

In analyzing changing of credit policy 2010 – 2011, researcher used account receivable collection method and profitability ratio. Besides, the plan of credit policy changing for year 2012, researcher used incremental analysis.

Result of the research showed that in 2012 had the average age of account receivable was shorter and the higher account receivable rotation level than 2011. In the other hand the plan of credit policy changing for 2012 which didn't offer sales discount but lengthen credit periode based on incremental analysis showed that credit changing was predicted to add profit of PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.

Key words : Credit policy, profitability, analysis





BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di zaman modern ini dengan berbagai kebutuhan hidup masyarakat, mulai banyak bermunculan perusahaan-perusahaan guna memenuhi kebutuhan masyarakat, baik perusahaan yang menawarkan barang maupun perusahaan yang menawarkan jasa. Dengan adanya tingkat persaingan di dunia usaha yang semakin ketat, tidak heran jika setiap perusahaan berlomba-lomba untuk menarik simpati pelanggan dengan berbagai trik bisnis agar produk yang ditawarkan laris manis di pasaran. Mulai dari penjualan secara tunai dengan berbagai potongan harga maupun penjualan secara kredit dengan jatuh tempo pembayaran yang cukup lunak. Semua itu mereka lakukan agar dapat menguasai pangsa pasar yang ada karena setiap perusahaan yang didirikan tentu mengharapkan laba yang sebesar-besarnya.

Secara teori penjualan secara tunai, memang sangat menguntungkan setiap perusahaan maupun pelaku usaha lainnya karena uang cash ataupun cara pembayaran yang semakin canggih dapat melalui internet banking dapat langsung masuk ke dalam kas perusahaan sehingga perusahaan dapat memutar dana tersebut untuk kelangsungan kegiatan operasionalnya. Akan tetapi di sisi lain, perusahaan dituntut meningkatkan volume penjualan guna menambah laba perusahaan, untuk itu perusahaan mengeluarkan kebijakan yang mana salah satunya adalah penjualan secara kredit.

Penjualan secara kredit memang salah satu cara yang paling cepat dalam meningkatkan penjualan. Namun, jika melihat kondisi ekonomi saat ini, penjualan secara kredit cukup beresiko, apalagi jika pelanggan mengulur-ulur pembayaran dari jatuh tempo yang telah ditetapkan sehingga aliran dana pada perusahaan menjadi terhambat. Padahal, perusahaan membutuhkan dana agar tetap bertahan dengan kegiatan operasionalnya. Semakin tinggi jumlah piutang usaha maka semakin tinggi pula resiko tidak terbayarnya piutang tersebut sehingga semakin tinggi resiko kerugian yang akan diderita oleh perusahaan. Maka, pihak manajemen perusahaan harus cermat dalam membuat peraturan yang jelas dan tegas berkaitan dengan penjualan kredit tersebut, apalagi jika satu pelanggan mempunyai nilai hutang yang sangat materil maka perlu adanya penanganan khusus.

Idealnya penjualan kredit hanya boleh diberikan kepada pihak yang mempunyai kemampuan membayar hutang secara tepat waktu dengan batas nominal hutang pada angka tertentu namun terkadang demi meningkatkan volume penjualan, perusahaan dengan mudahnya memberikan kredit kepada pelanggan yang bersedia membeli barangnya dengan jumlah yang besar. Padahal, piutang usaha adalah hal yang sangat penting untuk dikelola bagi setiap perusahaan karena modal perusahaan tertahan pada setiap piutang yang belum terbayar. Pihak manajemen harus membuat kebijakan kredit yang jelas dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan dan kebijakan tersebut harus selalu dievaluasi dalam periode tertentu.



Dalam kegiatan penjualan kredit, PT. Gunung Mas Jaya Sentosa selalu membuat kebijakan kredit yang berbeda setiap tahunnya dengan harapan dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. PT. Gunung Mas Jaya Sentosa adalah perusahaan yang masih tergolong perusahaan baru yang bergerak di bidang obat-obatan dan alat kesehatan untuk pemenuhan kebutuhan dalam negeri maupun luar negeri.

Berdasarkan pertimbangan diatas, maka peneliti tertarik dalam memberikan penelitian adalah sebagai berikut “Analisa Perubahan Kebijakan Kredit Terhadap Profitabilitas pada PT. Gunung Mas Jaya Sentosa di Surabaya”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Apakah perubahan kebijakan kredit dapat meningkatkan profitabilitas pada PT. Gunung Mas Jaya Sentosa di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui seberapa efektifkah perubahan kebijakan kredit guna meningkatkan profitabilitas PT. Gunung Mas Jaya Sentosa Surabaya.



1.4 Manfaat Penelitian

Bagi Obyek Penelitian :

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat membantu pihak manajemen PT. Gunung Mas Jaya Sentosa Surabaya dalam menganalisa keputusan yang berkaitan dengan penjualan kredit guna meningkatkan profitabilitas perusahaan agar tercapai tujuan bersama.

Bagi Penulis :

Melalui penelitian ini, penulis dapat menerapkan teori tentang analisa perubahan kebijakan kredit dan profitabilitas yang didapat di bangku kuliah ke dalam kehidupan nyata di dunia bisnis, terutama di PT. Gunung Mas Jaya Sentosa Surabaya.

Bagi Akademik :

Dengan penelitian ini, diharapkan mampu sebagai masukan ataupun tambahan *literature* mengenai analisa perubahan kebijakan kredit terhadap profitabilitas suatu perusahaan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Definisi Piutang

Martono dan Harjito (2002:95) menyatakan bahwa pengertian piutang sebagai berikut :

Piutang dagang (*account receivable*) merupakan tagihan perusahaan kepada pelanggan/pembeli atau pihak lain yang membeli produk perusahaan. Piutang usaha ini muncul karena adanya penjualan kredit. Penjual biasanya lebih suka melakukan penjualan secara tunai karena uang hasil penjualan segera diterima. Tetapi adanya persaingan memaksa perusahaan untuk menjual secara kredit. Besarnya piutang yang ada di perusahaan mencapai lebih kurang 20% dari nilai aktiva. Hal ini disebabkan pembeli banyak yang lebih suka membeli secara kredit karena dapat menggunakan uang yang relatif lebih kecil bila dibandingkan membeli secara tunai. Kebijakan penjualan kredit yang akan menimbulkan piutang ini sebenarnya menimbulkan biaya bagi perusahaan. Biaya tersebut antara lain adalah administrasi piutang, biaya modal atas dana yang tertanam dalam piutang, biaya penagihan dan biaya piutang yang mungkin tidak tertagih. Namun demikian, karena kebijakan kredit ini akan meningkatkan penjualan, maka biaya piutang tersebut akan diimbangi oleh meningkatnya penjualan perusahaan. Oleh karena itu, manajemen piutang merupakan pengelolaan piutang agar kebijakan kredit mencapai optimal, yaitu tercapainya keseimbangan antara biaya yang diakibatkan oleh kebijakan kredit dengan manfaat yang diperoleh dari kebijakan tersebut.

Piutang merupakan salah satu unsur dalam aktiva lancar yang timbul akibat adanya penjualan secara kredit dengan kebijakan pembayaran setiap perusahaan yang berbeda-beda.

2.1.2 Penentuan Besarnya Piutang

Besarnya investasi pada piutang yang muncul di perusahaan ditentukan oleh dua faktor :



- a. Besarnya persentase penjualan kredit terhadap penjualan total.
- b. Kebijakan penjualan kredit dan jangka waktu pengumpulan piutang (jangka waktu penagihan piutang). Kebijakan ini dipengaruhi oleh jangka waktu penjualan kredit, kualitas pelanggan, dan usaha pengumpulan piutang.

Cepat lambatnya piutang dapat dikumpulkan juga dipengaruhi oleh kualitas pelanggan, baik kualitas kemampuan perusahaan pelanggan maupun kualitas karakter pelanggan itu sendiri, penilaian kualitas pelanggan ini dimaksudkan untuk mengurangi resiko kemungkinan piutang tidak tertagih (*bad debt*) dan memperkecil biaya penagihan piutang. Dalam menilai pelanggan, menurut Martono dan Harjito (2001:96), juga menurut Syamsuddin (2001:265) dapat menggunakan sistem 5K atau 5C sebagai berikut:

a.) Karakter (*Character*)

Penilaian karakter pelanggan ditujukan untuk melihat sejauh mana pelanggan berkeinginan atau berkemauan untuk memenuhi kewajiban kreditnya dengan persyaratan yang sudah ditetapkan oleh penjual. Penilaian ini sangat tergantung pada moral pelanggan dan pola pembayaran di masa lalu sebagai faktor terpenting dalam evaluasi kredit.

b.) Kapasitas (*Capacity*)

Kapasitas pelanggan merupakan penilaian yang bersifat subyektif mengenai kemampuan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban



finansialnya. Kemampuan ini dapat dianalisis dari laporan keuangan perusahaan pelanggan yang bersangkutan.

c.) Kapital (*Capital*)

Penilaian kapital adalah penilaian terhadap kemampuan finansial perusahaan dengan melihat jumlah modal sendiri yang dimiliki oleh pelanggan. Penilaian terhadap kapital dapat diperoleh dengan cara menganalisa neraca pelanggan.

d.) Kolateral atau jaminan (*Collateral*)

Penilaian kolateral atau jaminan perusahaan dapat dilihat dari jumlah aktiva yang dijadikan sebagai jaminan oleh pelanggan. Tujuan perusahaan dalam penilaian kolateral adalah agar pelanggan memenuhi kewajiban-kewajibannya dengan batas waktu yang telah ditetapkan.

e.) Kondisi (*Condition*)

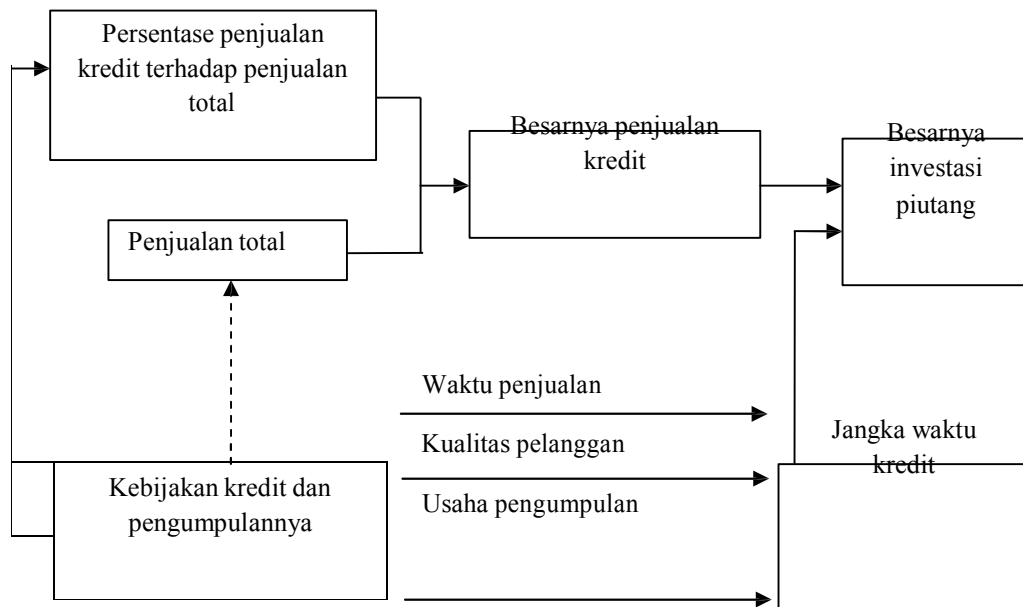
Penilaian kondisi ini sangat dipengaruhi oleh kondisi perekonomian pada umumnya yang pada akhirnya akan mempengaruhi keadaan pelanggan dalam memenuhi kewajiban-kewajibannya.

Secara sistematis, penentuan besarnya piutang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2.1

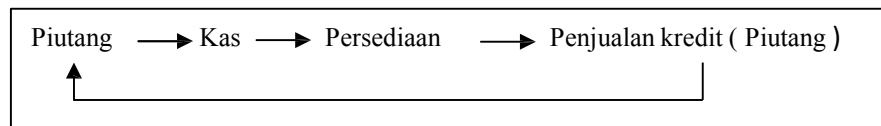
Faktor-faktor yang menentukan besarnya piutang



Sumber: Martono S.U (2002:97)

Piutang yang ditimbulkan karena penjualan kredit akan menentukan besarnya tingkat perputaran piutang. Perputaran piutang (*receivable turnover*) merupakan periode terikatnya piutang sejak terjadinya piutang tersebut sampai piutang tersebut dapat ditagih dalam bentuk uang kas dan akhirnya dapat dibelikan kembali menjadi persediaan dan dijual secara kredit dan menjadi piutang kembali. Secara skematis perputaran piutang dapat dilihat pada skema berikut:

Gambar 2.2
Skema perputaran piutang



Sumber: Martono S.U (2002:97)

Dengan demikian, perputaran piutang tersebut dihitung dalam jangka waktu satu tahun. Jadi, apabila perputaran piutang suatu perusahaan sebanyak 6 (enam) kali, artinya bahwa dalam satu tahun piutang perusahaan tersebut berputar sebanyak 6 kali. Jika satu tahun dihitung 360 hari, maka hari rata-rata pengumpulan piutang adalah $360 \text{ hari} : 6 \text{ kali} = 60 \text{ hari}$ untuk setiap kali perputaran.

Tingkat perputaran piutang ini mempunyai efek terhadap besar kecilnya modal yang tertanam dalam piutang. Makin tinggi perputaran piutang berarti modal yang tertanam dalam investasi makin kecil, karena dana yang tertanam dalam piutang semakin cepat kembali sebagai kas masuk. Kas masuk ini selanjutnya digunakan lagi untuk membeli persediaan barang yang kemudian dijual lagi.

2.1.3 Klasifikasi Piutang

Setiap perusahaan berusaha meningkatkan penjualannya dengan berbagai kebijakan, diantaranya penjualan secara tunai dan penjualan secara kredit. Adapun dari penjualan kredit tersebut akan menghasilkan

piutang pelanggan, tetapi selain itu masih banyak sumber-sumber yang dapat menimbulkan piutang.

Adapun menurut Sirait (1999:324) piutang itu sendiri di klasifikasikan dalam tiga macam, yaitu:

a. Piutang Usaha

Transaksi paling umum yang menimbulkan piutang adalah penjualan secara kredit, baik barang maupun jasa. Piutang usaha ini normalnya diperkirakan akan tertagih dalam waktu yang relatif pendek, misalnya 21 atau 45 hari. Piutang usaha dalam neraca diklasifikasikan sebagai aktiva lancar.

b. Wesel Tagih

Wesel tagih adalah jumlah yang terutang bagi pelanggan di saat perusahaan telah menerbitkan surat utang yang bersifat formal. Jika wesel tagih diperkirakan akan tertagih dalam setahun, maka bisa diklasifikasikan dalam neraca sebagai aktiva lancar. Wesel tagih ini biasanya digunakan untuk periode kredit lebih dari 60 hari.

c. Piutang Lain-lain

Piutang lain-lain biasanya ditampilkan secara terpisah dalam neraca. Jika piutang lain-lain ini diperkirakan akan tertagih dalam kurun waktu satu tahun, maka piutang lain-lain tersebut diklasifikasikan sebagai aktiva lancar. Namun, jika piutang lain-lain ini diperkirakan tertagih lebih dari satu tahun, maka piutang lain-lain tersebut diklasifikasikan sebagai aktiva tidak lancar dan dilaporkan di bawah judul investasi. Piutang lain-lain ini meliputi piutang bunga, piutang pajak, dan piutang dari pejabat atau karyawan perusahaan.

2.1.4 Sistem Pengendalian Piutang

Piutang dalam penelitian ini adalah piutang yang timbul karena adanya penjualan secara kredit. Piutang merupakan hal yang sangat penting bagi setiap perusahaan. Demi mempertahankan bahkan meningkatkan volume penjualannya, setiap perusahaan berusaha untuk mempertahankan pelanggan-pelanggannya bahkan menarik pelanggan-pelanggan baru dengan “*credit term*” atau persyaratan-persyaratan kredit yang lunak. Sekalipun



antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lainnya mempunyai persyaratan yang tidak jauh berbeda, tetapi supplier sering memberikan “*credit term*” atau persyaratan-persyaratan kredit yang lebih lunak terhadap pelanggan-pelanggan tertentu yang mempunyai sistem pembayaran yang baik guna mempertahankan pelanggan tersebut untuk tetap menjadi pelanggan yang setia.

Penjualan kredit pada akhirnya akan menimbulkan piutang kepada pelanggan. Pada kenyataannya, dalam pengumpulan piutang ini seringkali tidak tepat pada waktu yang telah ditetapkan. Akan tetapi, sebagian besar piutang-piutang tersebut diperkirakan dan dianalisa akan terkumpul dalam kurun waktu kurang dari setahun. Dengan alasan tersebut maka piutang digolongkan dalam komponen aktiva lancar perusahaan.

Piutang adalah hal yang perlu dikendalikan dengan cara yang seefisien mungkin. Prosedur dan cara pengendalian yang tepat terhadap piutang ini, harus tetap menjaga relasi yang baik dengan para pelanggan.

Menurut Syamsuddin (2001:256) terdapat tiga aspek penting dari piutang:

2.1.4.1 Kebijakan Kredit

Kebijakan kredit adalah merupakan pedoman yang ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan apakah kepada seorang langganan akan diberikan kredit dan kalau diberikan berapa banyak atau berapa jumlah kredit yang akan diberikan tersebut. Perusahaan-perusahaan tidak hanya mementingkan penentuan standard-kredit yang diberikan tetapi juga



penerapan standard tersebut secara tepat dalam membuat keputusan-keputusan kredit.

Sumber-sumber informasi dan analisa-analisa kredit merupakan suatu hal yang penting bagi keberhasilan manajemen piutang perusahaan. Penerapan yang tidak tepat dari kebijaksanaan kredit tidak akan memberikan hasil yang optimal bagi perusahaan.

a.) Standard kredit

Standard kredit dari suatu perusahaan didefinisikan sebagai kriteria minimum yang harus dipenuhi oleh seorang pelanggan sebelum dapat diberikan kredit. Hal-hal seperti nama baik pelanggan sehubungan dengan kredit ataupun pembayaran utang-utang dagangnya baik kepada perusahaan sendiri maupun kepada perusahaan-perusahaan lain, referensi-referensi kredit, rata-rata jangka waktu pembayaran utang dagang dan beberapa ratio finansial tertentu dari perusahaan pelanggan. Jika perusahaan bermaksud mengubah standard kredit yang diterapkan, maka harus mempertimbangkan:

Biaya-biaya administrasi

Semakin lunak standard kredit, maka semakin bertambah biaya-biaya administrasi yang timbul.

Investasi dalam piutang

Perlunakkan standard kredit akan memperbesar "*carring cost*" dan meningkatkan volume penjualan sehingga akan memperbesar rata-rata piutang.



Kerugian piutang (*Bad debt expenses*)

Kerugian piutang (*Bad debt expenses*) akan semakin meningkat dengan diperlunaknya standard kredit.

Volume penjualan

Dengan diadakannya perubahan standard kredit yang lebih lunak, diharapkan akan meningkatkan volume penjualan. Berikut tabel pengaruh dari perlunakan standard kredit:

Tabel 2.1

Pengaruh perlunakan standard kredit atas keuntungan perusahaan dan perubahan yang ditimbulkan

Keterangan	Perubahan Naik (N) atau Turun (T)	Pengaruh atas keuntungan positif (+) atau negatif (-)
Volume penjualan	N	+
Rata-rata pengumpulan piutang	N	-
Kerugian piutang	N	-

Sumber: Syamsuddin, Lukman (2001:259)

b.) Tambahan keuntungan yang diperoleh dari peningkatan penjualan

Tambahan keuntungan yang diperoleh dapat dihitung dengan mengalikan peningkatan penjualan dengan kontribusi keuntungan per unit.



c.) Biaya investasi marginal dalam piutang

Biaya investasi marginal dalam piutang dapat ditentukan dengan jalan menghitung selisih antara biaya (*carrying costs*) sebelum dan sesudah diadakan perubahan standard kredit. Biaya-biaya tersebut dapat dihitung dengan menggunakan pendekatan sebagai berikut:

Menghitung rata-rata piutang:

$$\text{Account receivable turnover} = \frac{\text{Penjualan kredit pertahun}}{\text{Rata-rata piutang}}$$

Menghitung investasi rata-rata dalam piutang:

$$\text{Investasi rata-rata} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Tingkat perputaran piutang}}$$

Menghitung biaya investasi marginal dalam piutang

$$\text{Investasi marginal} = \text{investasi rencana} - \text{investasi rata-rata}$$

d.) Keputusan atas standard kredit

Dalam rangka memutuskan apakah perusahaan harus melunakkan standard kredit yang diberikan maka harus dibandingkan tambahan keuntungan yang diperoleh dengan biaya-biaya investasi marginal dalam piutang.

Jika keuntungan tambahan yang diperoleh lebih besar maka perusahaan dapat mengubah standard kredit yang telah diterapkan. Namun apabila keuntungan yang diperoleh lebih kecil daripada biaya-biaya investasi marginal dalam piutang, maka perusahaan sebaiknya tidak mengubah standard kredit yang telah diterapkan.



e.) Analisa kredit

Jika perusahaan telah menetapkan apakah standard kredit yang telah diterapkan akan diubah atau tidak, maka perusahaan harus menilai pelanggan mana yang akan diberikan kredit lunak setelah penilaian berdasarkan 5 K atau 5 C seperti yang telah dijelaskan di awal.

2.1.4.2 Persyaratan Kredit (*Credit Term*)

Persyaratan kredit atau *credit term* menunjuk kepada termin pembayaran yang disyaratkan kepada para pelanggan yang membeli secara kredit, misalnya : 2/10 net 30 artinya pembeli akan menerima potongan tunai/*cash discount* sebesar 2% apabila pembayaran kredit dilakukan dalam waktu paling lama 10 hari setelah awal periode kredit. Apabila pembeli tidak mengambil potongan tunai yang ditawarkan (tidak membayar dalam waktu 10 hari) maka keseluruhan jumlah utangnya harus dibayar dalam waktu paling lambat 30 hari sesudah awal periode kredit.

Menurut Syamsuddin (2001:266) persyaratan kredit atau *credit term* meliputi tiga hal yang apabila terdapat perubahan dari tiga hal tersebut akan membawa pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, yaitu:

a.) Potongan tunai

Apabila perusahaan memberikan atau memperbesar potongan tunai dalam penjualan kredit yang dilakukan maka dapat diperkirakan akan terjadi perubahan-perubahan sebagai berikut:



Tabel 2.2

Pengaruh pemberian potongan tunai pada penjualan kredit

Keterangan	Perubahan Naik (N) atau Turun (T)	Pengaruh atas keuntungan positif (+) atau negatif (-)
Volume penjualan	N	+
Rata-rata pengumpulan piutang	T	+
Kerugian piutang	T	+
Keuntungan perunit	T	-

Sumber: Syamsuddin, Lukman. (2001:266)

Volume penjualan akan meningkat karena adanya potongan tunai untuk pembayaran yang dilakukan dalam periode potongan tunai sehingga harga dari produk yang dibeli oleh pelanggan akan lebih murah. Apabila permintaan terhadap produk perusahaan cukup elastis, maka penurunan harga tersebut akan diikuti oleh meningkatnya permintaan disertai volume penjualan.

Rata-rata pengumpulan piutang juga diharapkan akan menurun karena pembeli yang awalnya tidak mengambil/mendapatkan potongan tunai, menjadi mendapatkan potongan tunai. Hal ini berarti pembayaran yang lebih awal dan dengan demikian jangka waktu rata-rata pengumpulan piutang akan berkurang.

Demikian halnya dengan kerugian piutang, semakin banyak pelanggan yang mengambil potongan tunai yang ditawarkan maka



probabilitas dari kerugian piutang atau *bad debt expenses* akan semakin meningkatkan keuntungan perusahaan.

Aspek negatif dari adanya potongan tunai adalah menurunnya keuntungan perunit dari produk yang dijual apabila semakin banyak pembeli yang mengambil potongan tunai yang ditawarkan tersebut yang berarti menurunnya dari produk yang dijual.

b.) Periode potongan tunai

Pengaruh dari adanya perubahan dalam periode potongan tunai akan tergambar dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.3
Pengaruh periode potongan tunai yang diperpanjang pada penjualan kredit

Keterangan	Perubahan Naik (N) atau Turun (T)	Pengaruh atas keuntungan positif (+) atau negatif (-)
Volume penjualan	N	+
Rata-rata pengumpulan piutang dari pembeli yang awalnya tidak mengambil potongan tunai menjadi membayar lebih awal (mengambil potongan tunai)	T	+
Rata-rata pengumpulan piutang dari pembeli yang awalnya mengambil potongan tunai tetap mengambil potongan tunai tetapi membayar lebih lambat	N	-
Kerugian piutang/ <i>bad debt expenses</i>	T	+
Keuntungan perunit	T	-

Sumber: Syamsuddin, Lukman. (2001:269)



Dalam menentukan akibat yang sebenarnya dari adanya perubahan periode potongan tunai terdapat dua faktor yang mempengaruhi rata-rata pengumpulan piutang.

Pertama, apabila periode potongan tunai diperpanjang maka akan berpengaruh positif atas keuntungan perusahaan karena pembeli-pembeli yang awalnya tidak mengambil potongan tunai yang ditawarkan oleh perusahaan pada akhirnya mengambil potongan tunai tersebut sehingga akan menurunkan jangka waktu rata-rata pengumpulan piutang.

Kedua, periode potongan tunai tersebut akan membawa efek negatif atas keuntungan perusahaan karena dengan adanya perpanjangan periode potongan tunai tersebut maka pembeli-pembeli yang awalnya sudah mengambil potongan tunai pada akhirnya membayar lebih lambat namun tetap memperoleh potongan tunai sehingga memperlambat rata-rata pengumpulan piutang.

Namun, apabila perusahaan memperpendek periode potongan tunai maka yang terjadi adalah sebaliknya yaitu akan memperlambat rata-rata pengumpulan piutang karena pembeli membayar dalam jangka waktu yang lebih lama.

c.) Periode kredit

Perubahan periode kredit akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Pengaruh apabila perusahaan memperpanjang periode kredit dapat dilihat pada tabel berikut:



Tabel 2.4

Pengaruh perpanjangan periode kredit

Keterangan	Perubahan Naik (N) atau Turun (T)	Pengaruh atas keuntungan positif (+) atau negatif (-)
Volume penjualan	N	+
Rata-rata pengumpulan piutang	N	-
Kerugian piutang/ <i>bad debt</i>	N	-

Sumber: Syamsuddin, Lukman. (2001:270)

Perpanjangan periode kredit akan meningkatkan volume penjualan, akan tetapi baik rata-rata pengumpulan piutang maupun kerugian piutang atau *bad debt expenses* juga akan meningkat.

Dengan demikian, peningkatan volume penjualan akan mempunyai pengaruh yang positif atas keuntungan perusahaan. Sedangkan peningkatan rata-rata pengumpulan piutang dan kerugian piutang akan membawa pengaruh yang negatif bagi keuntungan perusahaan.

d.) Kerugian piutang

Faktor yang terpenting apabila kerugian piutang dimasukkan dalam analisa adalah bahwa “*unit cost* dan kerugian piutang adalah sama dengan harga jual per unit.”

2.1.4.3 Kebijakan Pengumpulan Piutang

Kebijakan pengumpulan piutang suatu perusahaan merupakan prosedur yang harus diikuti dalam hal mengumpulkan piutang-piutangnya



bilamana sudah jatuh tempo. Keefektifan perusahaan dalam menerapkan kebijaksanaan pengumpulan piutang-piutangnya dapat dilihat dari jumlah kerugian piutang atau *bad debt expenses*, karena jumlah piutang yang dianggap sebagai kerugian tersebut tidak hanya tergantung pada kebijaksanaan pengumpulan piutang tetapi juga pada kebijaksanaan-kebijaksanaan penjualan kredit yang diterapkan.

Apabila jumlah kerugian piutang tetap konstan dalam hubungannya dengan kebijaksanaan penjualan kredit yang diberikan, maka semakin besar jumlah pengeluaran-pengeluaran untuk mengumpulkan piutang akan dapat mengurangi *bad debt expenses* yang diderita oleh perusahaan. Sehubungan dengan hal tersebut maka setiap perusahaan harus menetapkan suatu jumlah “optimal” dari pengeluaran-pengeluaran untuk mengumpulkan piutang tersebut ditinjau dari sudut pandang untung ruginya bagi perusahaan (*cost-benefit viewpoint*).

Semakin intensif usaha-usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengumpulkan piutang-piutangnya maka akibat-akibat yang diharapkan sebagai berikut :



Tabel 2.5

Pengaruh kebijaksanaan pengumpulan piutang

Keterangan	Perubahan Naik (N) atau Turun (T)	Pengaruh atas keuntungan positif (+) atau negatif (-)
Kerugian piutang	T	+
Rata-rata pengumpulan piutang	T	+
Volume penjualan	0 atau T	Tetap atau -
Pengeluaran-pengeluaran untuk pengumpulan piutang	N	-

Sumber: Syamsuddin, Lukman. (2001:273)

Dengan bertambahnya pengeluaran-pengeluaran untuk pengumpulan piutang, maka diharapkan dapat menurunkan jumlah kerugian piutang atau *bad debt expenses* serta lama rata-rata pengumpulan piutang. Akan tetapi dalam strategi ini memerlukan biaya pengumpulan piutang yang lebih besar dan mengakibatkan turunnya volume penjualan.

Setiap perusahaan harus berhati-hati dalam usaha-usaha mengumpulkan piutang dari para pelanggan. Apabila pelanggan tidak dapat membayar tepat pada waktu yang telah ditetapkan, sebaiknya perusahaan menunggu sampai batas waktu tertentu yang dianggap wajar sampai pada akhirnya menerapkan prosedur-prosedur pengumpulan piutang yang lebih ketat.

Sejumlah teknik pengumpulan piutang yang biasanya diterapkan oleh perusahaan apabila pelanggan belum menjalankan kewajiban-kewajibannya dalam batas waktu tertentu adalah sebagai berikut :



a.) Melalui surat

Apabila jatuh tempo pembayaran hutang pelanggan telah lewat beberapa hari tetapi pelanggan belum melakukan kewajibannya maka perusahaan dapat mengirimkan surat dengan nada “mengingatkan (menegur)” kepada pelanggan mengenai hutangnya yang telah jatuh tempo agar segera melunasinya.

b.) Melalui telepon

Apabila setelah dikirimkan surat teguran mengenai hutang pelanggan yang telah jatuh tempo ternyata hutang-hutangnya belum juga dibayar, bagian penagihan dapat langsung menelpon pelanggan. Namun, jika melalui pembicaraan tersebut ternyata pelanggan mempunyai alasan yang dapat diterima oleh perusahaan, maka perusahaan dapat memberikan perpanjangan pembayaran sampai batas waktu yang telah disepakati.

c.) Kunjungan personal

Teknik pengumpulan piutang dengan cara kunjungan personal merupakan cara yang cukup efektif.

d.) Tindakan yuridis

Apabila cara-cara tersebut di atas telah dilakukan namun pelanggan tetap tidak membayar hutang-hutangnya, maka perusahaan dapat menggunakan tindakan hukum dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan.



2.1.5 Tingkat Perputaran Piutang

Piutang usaha merupakan elemen modal kerja yang harus selalu dijaga perputarannya agar modal kerja perusahaan tetap dalam keadaan lancar. Semakin lama batas waktu kredit yang diberikan kepada pelanggan maka semakin lama pula modal kerja yang didapatkan yang berarti tingkat perputaran piutangnya juga semakin rendah.

Perputaran piutang dapat ditingkatkan dengan jalan memperketat kebijaksanaan penjualan kredit, misalnya dengan jalan memperpendek waktu pembayaran. Tetapi kebijaksanaan seperti ini cukup sulit untuk diterapkan karena dengan semakin ketatnya kebijaksanaan penjualan kredit, kemungkinan besar volume penjualan akan menurun sehingga hal tersebut bukannya membawa kebaikan bagi perusahaan tetapi justru sebaliknya.

Tinggi ataupun rendahnya tingkat perputaran piutang menunjukkan kualitas piutang perusahaan dan kesuksesan perusahaan dalam mengumpulkan piutang usaha tersebut. Semakin tinggi tingkat perputaran piutang suatu perusahaan maka semakin cepat piutang tersebut berubah menjadi kas sehingga dapat digunakan kembali sebagai modal kerja dan resiko kerugian piutang dapat diminimalkan.

Menurut Syamsuddin (2001:49), tingkat perputaran piutang dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Account receivable turnover} = \frac{\text{Annual credit sales}}{\text{Average account receivable}}$$



atau

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit Bersih Setahun}}{\text{Rata-rata Piutang}}$$

2.1.6 Umur rata-rata piutang (*The Average Age of Account Receivable*)

Syamsuddin (2001:50) menyatakan bahwa:

“Umur rata-rata piutang atau dikenal juga dengan umur rata-rata pengumpulan piutang (*Average collection period*) adalah merupakan suatu alat yang sangat penting di dalam menilai kebijaksanaan penjualan kredit dan pengumpulan piutang.”

Perhitungan umur rata-rata piutang dapat dilakukan sebagai berikut:

$$\text{Average age of account receivable} = \frac{360}{\text{Account receivable turnover}}$$

Atau

$$\text{Umur rata-rata piutang} = \frac{360}{\text{Perputaran piutang}}$$

Hari rata-rata pengembalian piutang digunakan untuk menilai efisiensi pengumpulan piutang. Untuk menilai efisiensi piutang maka perlu diperbandingkan dengan syarat pembayarannya.

Umur rata-rata piutang hanya berarti jika dihubungkan dengan kebijaksanaan penjualan kredit yang diterapkan. Jika perusahaan menetapkan jangka waktu kredit 30 hari kepada para pelanggannya, maka umur rata-rata piutang sebesar 55 hari menunjukkan kurang baiknya usaha/manajemen pengumpulan piutang. Tetapi apabila sebaliknya, jika



batas waktu kredit ditetapkan 60 hari, maka umur rata-rata piutang sebesar 55 hari menunjukkan manajemen kredit/pengumpulan piutang yang baik.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hari rata-rata pengembalian piutang belum efisien jika hari tersebut lebih besar daripada syarat pembayarannya.

Dibandingkan dengan perputaran piutang (*account receivable turnover*), maka penerapan umur rata-rata piutang adalah lebih baik di dalam menilai kebijaksanaan penjualan kredit yang diterapkan. Disamping cara perhitungan di atas, umur rata-rata piutang dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Average age of account receivable} = \frac{360 \times \text{average account receivable}}{\text{Annual credit sales}}$$

Atau

$$\text{Umur rata-rata piutang} = \frac{360 \times \text{rata-rata piutang}}{\text{Penjualan kredit}}$$

2.1.7 Pengendalian Piutang

Dalam upaya meningkatkan volume penjualan, pada umumnya perusahaan melakukan penjualan secara kredit yang berakibat timbulnya piutang. Oleh karena itu perlu diadakannya pengendalian terhadap piutang tersebut. Adapun pengendalian piutang yang banyak digunakan adalah menggunakan metode *aging schedule*, buku pembantu piutang, dan konfirmasi piutang.

Aging schedule adalah daftar mengenai piutang dagang dalam kelompok umur yang berbeda. Kelompok umur disini merupakan periode



waktu dimana piutang dagang terjadi sejak waktu penjualan. Berikut contoh *aging schedule* :

Tabel 2.6

Contoh *Aging schedule*

NAMA PELANGGAN	NOMINAL	UMUR PIUTANG		
		< 30 HARI	31 - 45 HARI	> 46 HARI
PT. BINA	1,000	500	350	150
CV. DEPO	850	600		250
APOTEK CRYSTAL	760		700	60
dst				

Buku pembantu piutang adalah daftar mutasi piutang setiap pelanggan untuk memudahkan dalam menganalisa piutang setiap pelanggan.

Konfirmasi piutang adalah permintaan konfirmasi dari perusahaan kepada pelanggan mengenai saldo piutang yang dilaporkan. Ada dua bentuk konfirmasi, yaitu :

- Konfirmasi positif, yaitu konfirmasi yang meminta pelanggan untuk memberi jawaban, baik jumlah yang tercantum dalam konfirmasi itu disetujui atau tidak oleh pelanggan.
- Konfirmasi negative, yaitu konfirmasi yang meminta pelanggan untuk memberi jawaban hanya jika jumlah yang tercantum dalam konfirmasi tidak oleh pelanggan.

2.1.8 Pengertian Rasio Keuntungan (*Profitability Ratio*)

Martono dan Harjito (2002:95) menyatakan bahwa pengertian Rasio keuntungan (*Profitabilitas ratio*) sebagai berikut:



“Rasio keuntungan (*Profitabilitas ratio*) atau rentabilitas, yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari penggunaan modalnya.”

Sedangkan menurut Eugene dan Houston yang diterjemahkan oleh Yulianto (2009:107) menyatakan bahwa:

“Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan. Rasio profitabilitas (*profitability ratio*) akan menunjukkan kombinasi efek dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang-utang pada hasil-hasil operasi.”

Adapun manfaat dari rasio profitabilitas adalah:

- a. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- b. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.9 Pengukuran Tingkat Profitabilitas

Pengukuran terhadap profitabilitas perusahaan terdapat tiga cara yang mana pengukuran tersebut dihubungkan dengan volume penjualan, total aktiva, dan modal. Pada ketiga pengukuran tersebut, perusahaan



memungkinkan menganalisa untuk evaluasi tingkat *earning* dalam hubungannya dengan volume penjualan, jumlah aktiva, dan investasi tertentu dari pemilik perusahaan.

Profitabilitas sangat perlu untuk terus dianalisa karena suatu perusahaan harus terus berada dalam keadaan yang menguntungkan/*profitable* demi kelangsungan hidup perusahaannya. Tanpa adanya keuntungan, akan sangat sulit bagi perusahaan menarik para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Keuntungan/*profitable* harus terus ditingkatkan karena disadari betul bahwa keuntungan/*profitable* sangat berarti bagi kehidupan setiap perusahaan.

Terdapat tiga ratio pengukuran profitabilitas dalam hubungannya dengan volume penjualan yang biasa digunakan, dimana hal ini sebenarnya dapat langsung dilihat dari laporan L/R dalam bentuk persentase. Ratio-ratio tersebut adalah:

a.) *Gross Profit Margin (GPM)*

Martono dan Harjito (2002:59) menyatakan bahwa:

“*Gross profit margin* merupakan perbandingan penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan dengan penjualan bersih atau rasio antara laba kotor dengan penjualan bersih.”

Sedangkan Syamsuddin (2001:61) menyatakan bahwa:

Gross profit margin merupakan persentase dari laba kotor (*sales – cost of goods sold*) dibandingkan dengan *sales*. Semakin besar *gross profit margin*, semakin baik keadaan operasional perusahaan, karena hal ini menunjukkan bahwa *cost of goods sold* relatif lebih rendah dibandingkan dengan *sales*. Demikian pula sebaliknya, semakin rendah



gross profit margin, semakin kurang baik operasional perusahaan. *Gross profit margin* dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{GPM} = \frac{\text{Sales} - \text{costs of goods sold}}{\text{Sales}}$$

Atau

$$\text{GPM} = \frac{\text{Penjualan} - \text{HPP}}{\text{Penjualan}}$$

Apabila hasil dalam bentuk persentase:

$$\text{GPM} = \frac{\text{Gross profit}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Atau

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

b.) *Operating Profit Margin*

Ratio ini menggambarkan apa yang biasanya disebut “*pure profit*” yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. *Operating profit* disebut murni (*pure*) dalam pengertian bahwa jumlah tersebutlah yang benar-benar diperoleh dari hasil operasional perusahaan dengan mengabaikan kewajiban-kewajiban finansial berupa bunga serta kewajiban terhadap pemerintah berupa pembayaran pajak.

Seperti halnya *gross profit margin*, semakin tinggi ratio *operating profit margin*, maka semakin baik pula operasional suatu perusahaan.

Operating profit margin dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{OPM} = \frac{\text{Operating profit}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Atau

$$\text{OPM} = \frac{\text{Laba operasional}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$



c.) *Net Profit Margin (NPM)*

Martono dan Harjito (2002:59) menyatakan bahwa:

“Merupakan keuntungan penjualan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan. Margin ini menunjukkan perbandingan laba bersih setelah pajak dengan penjualan.”

Sedangkan Syamsuddin (2001:62) berpendapat bahwa:

Net profit margin (NPM) merupakan ratio antara laba bersih (*net profit*) yaitu penjualan sesudah dikurangi dengan seluruh *expenses* termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Semakin tinggi *net profit margin* (NPM), semakin baik operasi suatu perusahaan. Suatu *net profit margin* (NPM) yang dikatakan “baik” akan sangat tergantung dari jenis industri di dalam mana perusahaan berusaha.

Kalkulasi mengenai *net profit margin* (NPM) adalah sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{Net profit after taxes}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Atau

$$NPM = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

2.1.10 Analisa Perubahan Kebijakan Kredit

Penjualan kredit terbagi atas dua jenis, yaitu penjualan secara tunai dan penjualan secara kredit. Pada penjualan kredit terdapat standard kredit yang harus ditentukan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Setiap perubahan kebijakan kredit harus dianalisis dengan baik agar dapat menjadi bahan evaluasi perusahaan. Ada dua cara dalam analisa perubahan kebijakan kredit, yaitu:



a. Pendekatan Laporan Laba Rugi

Pada pendekatan laporan laba rugi, membandingkan dampak perubahan kebijakan kredit pada laba bersih usaha.

b. Analisa incremental

Incremental cost adalah tambahan biaya yang terjadi jika suatu alternative yang berkaitan dengan perubahan kebijakan kredit diambil. *Incremental sales* adalah tambahan volume penjualan yang terjadi jika suatu alternative yang berkaitan dengan perubahan kebijakan kredit diambil.

Analisa incremental adalah analisa perbandingan alternative dengan mempertimbangkan selisih *incremental sales* dengan selisih *incremental cost* yang didefinisikan sebagai *incremental profit*. Rumus yang digunakan dalam analisa incremental adalah :

1. Perubahan investasi pada piutang (ΔI)

Rumus untuk ΔI ada dua macam, yaitu :

a.) Rumus untuk ΔI jika penjualan naik

$$\Delta I = [(DSO_N - DSO_O) (S_O / 360)] + V [(DSO_N) (S_N - S_O) / 360]$$

b.) Rumus untuk ΔI jika penjualan turun

$$\Delta I = [(DSO_N - DSO_O) (S_N / 360)] + V [(DSO_O) (S_N - S_O) / 360]$$

Apabila ΔI bernilai positif berarti piutang yang terkumpul lebih lama dibandingkan waktu terkumpulnya piutang pada periode sebelumnya. Hal ini berakibat biaya untuk mendanai piutang juga meningkat sehingga modal perusahaan terhambat pada piutang – piutang yang belum tertagih.



Apabila ΔI bernilai negatif berarti piutang yang terkumpul lebih cepat dibandingkan waktu terkumpulnya piutang pada periode sebelumnya. Hal ini berakibat menurunnya biaya untuk mendanai piutang sehingga modal perusahaan dapat segera berputar untuk kegiatan operasional perusahaan.

2. Perubahan laba sebelum pajak (ΔP)

Rumus untuk ΔP adalah

$$\Delta P = (S_N - S_O)(1 - V) - k(\Delta I) - (B_N S_N - B_O S_O) - (D_N S_N P_N - D_O S_O P_O)$$

Apabila ΔP bernilai positif berarti perubahan kebijakan kredit diperkirakan menambah laba bagi perusahaan sehingga rencana perubahan kebijakan kredit layak untuk dijalankan.

Apabila ΔP bernilai negatif berarti perubahan kebijakan kredit diperkirakan membawa kerugian bagi perusahaan sehingga rencana perubahan kebijakan kredit tidak layak untuk dijalankan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini terdapat dua jurnal penelitian sebagai berikut:

- a.) Penelitian yang dilakukan oleh Gita Ganesha Putri, mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makasar, 2012. Adapun judul penelitian tersebut adalah “Penerapan Kebijakan Manajemen Piutang dan Pengaruhnya terhadap *Cash Ratio*, *Net Profit Margin*, dan *Earning Power* pada PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Sultan Hasanuddin Makasar” dengan hasil penelitian sebagai berikut:

Piutang merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan. Piutang timbul karena terjadinya suatu transaksi penjualan secara kredit dengan tujuan utama meningkatkan perolehan laba bagi perusahaan. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa pembayaran dan pelunasan piutang sangat erat sekali dengan jangka waktu. Oleh karena itu piutang merupakan harta perusahaan yang berada di tangan orang lain yang



mampu mendongkrak perolehan laba sekaligus memiliki resiko tertentu. Untuk itulah suatu perusahaan dituntut lebih untuk berhati-hati dalam mengelola piutangnya, baik dalam pemberian maupun penagihan.

Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen, juga data sekunder berupa laporan keuangan periode 2001-2010 dan data deskriptif lainnya. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis linier regresi berganda pada tingkat signifikansi $\alpha=5\%$. Pengujian linier ini menggunakan program SPSS versi 16.00.

Adapun rasio yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a.1 Rasio perputaran piutang
- a.2 Rata-rata pengumpulan piutang
- a.3 *Cash ratio*
- a.4 *Net profit margin*
- a.5 *Return on investment*

Hasil perhitungan dan analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Average Collection Period* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Cash Ratio*. Sebaliknya, *Average Collection Period* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Net Profit Margin* dan *Return on Investment*.

Persamaan:

- Sama-sama membahas tentang pengaruh manajemen piutang

Perbedaan:

- Subyek penelitian berbeda
- Obyek penelitian berbeda
- Variabel penelitian berbeda

- b.) Penelitian yang dilakukan oleh Rahmat Agus Santoso, mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik, 2008. Adapun judul penelitian tersebut adalah “Pengaruh Perputaran Piutang dan Pengumpulan Piutang terhadap Likuiditas Perusahaan pada CV. Bumi Sarana Jaya di Gresik” dengan hasil penelitian sebagai berikut:

CV. Bumi Sarana Jaya merupakan salah satu perusahaan yang berkembang dengan menerapkan sistem pembayaran kredit 75% dan sistem pembayaran tunai 25%, dimana CV. Bumi Sarana Jaya tidak membuat kebijakan jatuh tempo yang pasti dan tanpa adanya sanksi keterlambatan pembayaran yang jelas sehingga perputaran piutang dan pengumpulan piutang menjadi lambat.



Pada penelitian ini menggunakan variabel terikat yaitu likuiditas dan variabel bebas yaitu perputaran piutang dan pengumpulan piutang. Adapun pengujian hipotesis yang berkenaan dengan study ini adalah sebagai berikut:

b.1 Pengujian hipotesis secara simultan

b.2 Pengujian hipotesis secara parsial

Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa perputaran dan pengumpulan piutang berpengaruh signifikan terhadap likuiditas perusahaan CV. Bumi Sarana Jaya yaitu sebesar 96,10%. Sedangkan secara parsial, variabel perputaran piutang dan pengumpulan piutang berpengaruh terhadap likuiditas perusahaan CV. Bumi Sarana Jaya dengan pengaruh dominan yang ditimbulkan sebesar 94,87%.

Persamaan:

- Sama-sama membahas manajemen piutang

Perbedaan:

- Subyek penelitian berbeda
- Obyek penelitian berbeda
- Variabel penelitian berbeda

2.3 Rerangka Pemikiran

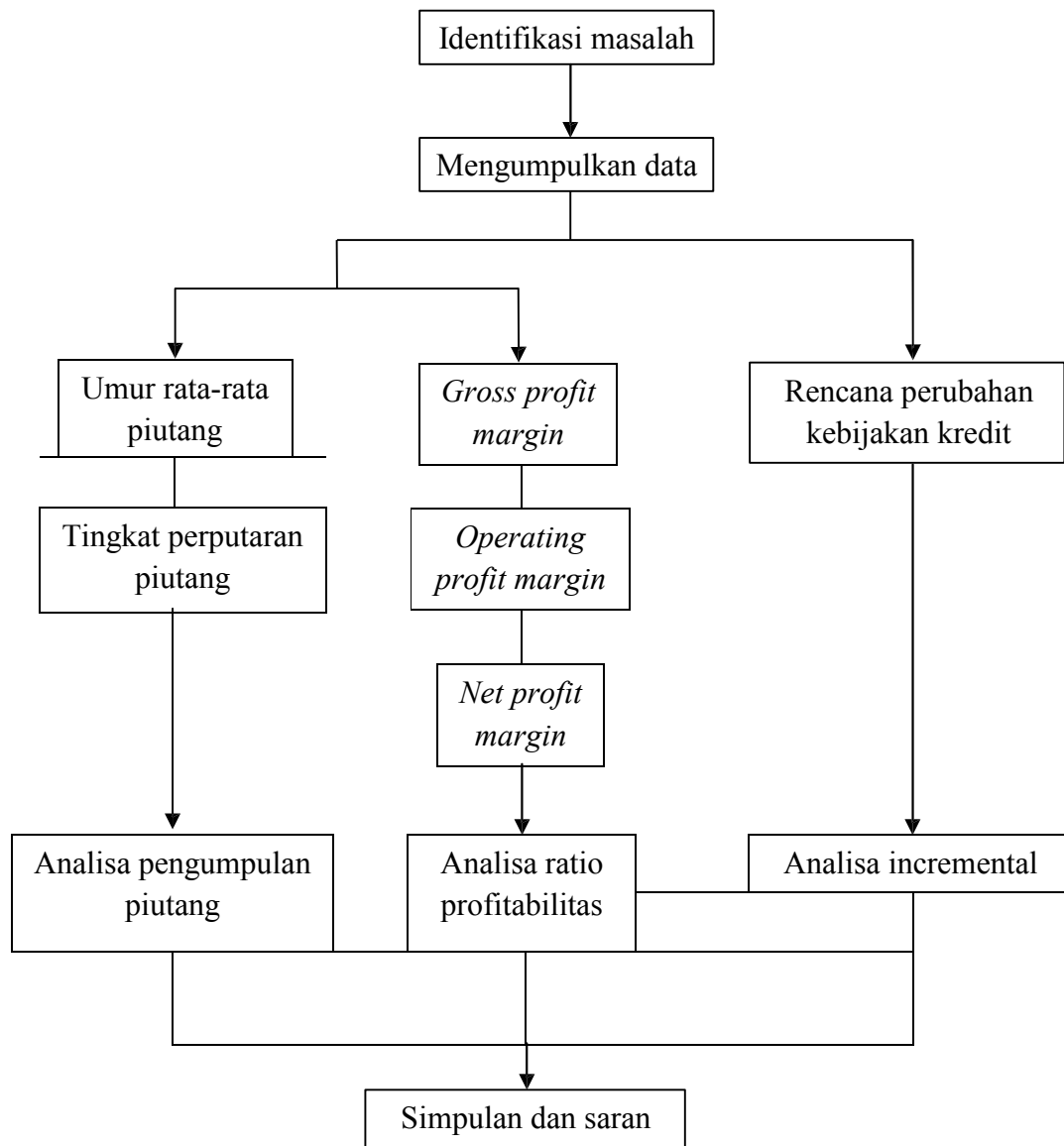
Dalam penelitian ini, penulis akan menganalisa perubahan kebijakan kredit terhadap profitabilitas pada PT. Gunung Mas Jaya Sentosa Surabaya untuk mengetahui apakah kebijakan kredit yang dilakukan selama ini menguntungkan perusahaan atau tidak dan untuk mengambil kebijakan kredit yang baru dengan menggunakan analisa incremental. Adapun dalam analisa incremental, dapat dievaluasi kebijakan kredit yang telah diambil sebelumnya guna perencanaan kebijakan kredit yang baru. Dengan adanya perhitungan tersebut, akan membantu pihak manajemen dalam mengambil keputusan yang tepat guna kemajuan PT. Gunung Mas Jaya Sentosa Surabaya.



Berikut ini skema rerangka pemikiran penelitiannya.

Gambar 2.3

Kerangka penelitian



(Sumber : diolah peneliti)





BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah PT. Gunung Mas Jaya Sentosa Surabaya yang merupakan perusahaan swasta yang bergerak di bidang farmasi/obat-obatan dan alat kesehatan selaku importir, eksportir, dan distributor guna pemenuhan kebutuhan obat maupun alat kesehatan baik dalam negeri maupun luar negeri. PT. Gunung Mas Jaya Sentosa beralamat di Jalan Kedungdoro 111-A Surabaya.

3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis data, yaitu sumber data primer dan sekunder.

1. Sumber Data Primer

Penelitian ini menggunakan sumber data primer, yaitu data yang didapat dari hasil wawancara dengan pihak perusahaan.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari arsip-arsip keuangan perusahaan, yaitu laporan laba rugi dan neraca.

3.3 Variabel Penelitian

a. Pengumpulan Piutang

Adalah proses pengumpulan terhadap piutang usaha yang timbul akibat dari penjualan secara kredit menjadi kas perusahaan.

b. Profitabilitas

Adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari modal yang dimiliki untuk tercapainya tujuan perusahaan.

3.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1. Pengumpulan Piutang

Pengumpulan piutang pada penelitian ini dinilai dengan menggunakan *Average Age of Account Receivable* atau umur rata-rata piutang dan *Account Receivable Turnover* atau tingkat perputaran piutang.

Average Age of Account Receivable atau umur rata-rata piutang adalah rata-rata hari pengumpulan piutang yang mana digunakan untuk menilai efisiensi piutang. Semakin lama *Average Age of Account Receivable*, maka semakin lama modal yang terkumpul sehingga operasional perusahaan menjadi lambat dan mengurangi profit perusahaan.

Account Receivable Turnover atau tingkat perputaran piutang menggambarkan berapa kali piutang tersebut timbul sampai kembali menjadi kas perusahaan. Semakin tinggi tingkat perputaran piutang maka semakin baik kebijakan pengumpulan piutang perusahaan tersebut.



3.4.2. Profitabilitas

Profitabilitas pada penelitian ini dinilai dengan menggunakan *Gross Profit Margin*, *Operating Profit Margin*, dan *Net Profit Margin*.

Gross Profit Margin merupakan persentase dari laba kotor dibandingkan dengan penjualan. *Operating Profit Margin* menggambarkan laba yang diperoleh dari hasil operasional perusahaan sebelum dikurangi pajak penghasilan. *Net Profit Margin* menggambarkan laba bersih setelah dikurangi pajak penghasilan. Yang mana apabila *Gross Profit Margin*, *Operating Profit Margin*, dan *Net Profit Margin* semakin besar menunjukkan semakin baiknya operasi suatu perusahaan.

3.5 Metode dan Teknis Analisis Data

Pada penelitian ini, rencana perubahan kredit pada tahun 2012 menggunakan analisa incremental dalam menganalisa perubahan kebijakan kredit pada PT. Gunung Masa Jaya Sentosa Surabaya. Adapun rumus-rumus dasar yang dipergunakan dalam analisa incremental adalah:

ΔI : yaitu perubahan investasi pada piutang

ΔP : yaitu perubahan laba sebelum pajak

Rumus untuk ΔI ada dua macam, yaitu :

c.) Rumus untuk ΔI jika penjualan naik

$$\Delta I = [(DSO_N - DSO_O) (S_O / 360)] + V [(DSO_N) (S_N - S_O) / 360]$$

d.) Rumus untuk ΔI jika penjualan turun

$$\Delta I = [(DSO_N - DSO_O) (S_N / 360)] + V [(DSO_O) (S_N - S_O) / 360]$$



Rumus untuk ΔP adalah

$$\Delta P = (S_N - S_O)(1 - V) - k(\Delta I) - (B_N S_N - B_O S_O) - (D_N S_N P_N - D_O S_O P_O)$$

Keterangan :

S_O = Penjualan kotor sekarang

S_N = Penjualan kotor baru, setelah ada perubahan kebijakan kredit. S_N bisa $>$ atau $<$ dari S_O

$S_N - S_O$ = Selisih atau perubahan pada penjualan kotor

V = Biaya variable sebagai persentase dari penjualan kotor. V meliputi biaya produksi, persediaan, dan administrasi kredit, kecuali biaya bad debt, penanggungan piutang dan diskon.

$1 - V$ = Margin kontribusi atau *gross profit margin*. Menggambarkan persentase dari setiap rupiah penjualan kotor yang menjadi laba.

k = Biaya mendanai investasi pada piutang.

DSO_O = *Days sales outstanding* atau umur rata-rata piutang sebelum ada perubahan kebijakan kredit.

DSO_N = *Days sales outstanding* atau umur rata-rata piutang setelah ada perubahan kebijakan kredit.

B_O = Kerugian *bad debt* rata-rata pada tingkat penjualan sekarang (sebagai persentase dari penjualan kotor sekarang).

B_N = Kerugian *bad debt* rata-rata pada tingkat penjualan baru (sebagai persentase dari penjualan kotor baru).

P_O = Persentase dari total pelanggan yang memanfaatkan diskon dibawah kebijakan kredit sekarang (dalam rupiah). Atau persentase penjualan kotor yang merupakan penjualan diskon.

P_N = Persentase dari total pelanggan yang memanfaatkan diskon dibawah kebijakan kredit baru.

D_O = Persentase diskon yang ditawarkan sekarang.

D_N = Persentase diskon yang ditawarkan dibawah kebijakan kredit baru.



BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1 Sejarah Perusahaan

PT. Gunung Mas Jaya Sentosa yang beralamat di jalan Kedungdoro no. 111-A merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distributor obat-obatan (*Consumer Health Product*) dan alat-alat kesehatan (sebagai distributor tunggal “ Wellco”). PT. Gunung Mas Jaya Sentosa berdiri pada tanggal 24 Mei 2007 di Surabaya dengan akte notaris Wahyudi, SH no. 201.

Dasar atau filosofi PT. Gunung Mas Jaya Sentosa adalah niat baik yang dijabarkan dalam 3 K, yaitu : Peduli terhadap Kualitas, Kesehatan , Keamanan. Adapun produk-produk yang didistribusikan oleh PT. Gunung Mas Jaya Sentosa adalah sebagai berikut:

- *Antibiotics*
- *Antiseptic*
- *Desinfectan*
- *Vitamin*
- *Branded ethical*
- *Generic*
- *Electromedic*
- *Disposable product*
- *Glove*
- *Laboratory equipment*
- *Medical catheter*
- *Dental equipment*



- *Hospital furniture*
- *Serum control*
- *Ear loop*
- *Steel Wheelchair*
- *Walking stick*
- *Crutch*
- *Medical instrument*

Pada awal perjalanan perusahaan pada tahun 2009, PT. Gunung Mas Jaya Sentosa hanya sebagai distributor obat-obatan karena PT. Gunung Mas Jaya Sentosa baru memiliki Surat Izin Pedagang Besar Farmasi (PBF) dan belum memiliki Surat Izin Penyalur Alat Kesehatan (PAK). Akan tetapi di awal perjalanan perusahaan, PT. Gunung Mas Jaya Sentosa telah menunjukkan prestasi yang cukup membanggakan dengan mampu mendistribusikan obat-obatan kepada sekitar 20 agen, baik domestic maupun internasional sebagai berikut :

a. Domestic:

Sumatra

- Medan : PT. Agung Beringin Lestari, PT. Dwi Tunggal Pharma
- Padang : PT. Lima Jaya
- Pekanbaru: PT. Harapan Raya Mandiri
- Bengkulu : PT. Nareco Lestari
- Palembang: PT. Gatra Nora, PT. Restu Handayani
- Lampung : PT. Karalim Putra Utama, PT. Elkaka Putra Mandiri

Kalimantan

- Pontianak : PT. Mitra Permata, PT. Medikarya
- Balikpapan: PT. Sapta Sari





Sulawesi

- Makasar : PT. Anugerah Kencana Lestari, PT. Binaya Jaya
- Palu : PT. Cancer Djaya Farma
- Manado : PT. Unoson

Jawa

- Jakarta : PT. Gatra Indo Nusa, PT. Indofarma Global Medika
- Karawang : PT. HAS Putra Harapan
- Ponorogo : PT. Mentari Indah Inti Farma
- Surabaya : PT. Bintang Utama, PT. Gatra Persada, PT. Sejahtera Surya Intrio, PT. Bina Mitra Jaya Bersama, PT. Aditamaraya Farmindo, PT. Permata Delta Agung

Bali

- Denpasar : PT. Cista Kirana Mandiri, PT. Kimia Farma Trading & Distribution

NTT

- PT. Hari Falm Farma
- PT. Kimia Farma Trading & Distribution

Ambon

- PT. Gidion Jaya

b. International

Timor Leste

- PT. Foho Osan Mean
- Sanmes RDTL
- Istana Farmacia

Menginjak awal tahun 2010, PT. Gunung Mas Jaya Sentosa merambah ke dunia alat-alat kesehatan diawali dengan menjadi distributor dari produk pihak ketiga setelah dikeluarkannya Surat Izin Penyalur Alat

Kesehatan (PAK) dari Dinas Kesehatan untuk PT. Gunung Mas Jaya Sentosa di Surabaya.

Pada pertengahan tahun 2010, PT. Gunung Mas Jaya Sentosa mulai melakukan registrasi untuk alat-alat kesehatan yang akan di import langsung dari Cina dan Pakistan. PT. Gunung Mas Jaya Sentosa juga mendaftarkan merk dari produk alat-alat kesehatan tersebut dengan nama “Wellco”. Wellco sendiri merupakan singkatan dari Wendy Lanni Co-operation yang adalah nama dari direktur beserta istri dari PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.

Sebagai perusahaan yang masih tergolong baru, bukanlah hal yang mudah untuk bertahan di dunia alat-alat kesehatan dengan merk yang masih belum dikenal oleh masyarakat umum. Namun karena PT. Gunung Mas Jaya Sentosa tetap konsisten dengan kualitas, kesehatan, dan keamanan, membuat proses pengenalan produk-produk Wellco berjalan cukup lancar dengan menawarkan berbagai potongan harga. Sampai pada tahun 2012 total jenis produk Wellco sekitar 80 jenis alat-alat kesehatan.

4.1.2 Legalitas Perusahaan

- Akte Pendirian : Notaris Wahyudi, SH No. 201 tanggal 24 Mei 2007, Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. W10-01198 HT.01.01-TH.2007 tanggal 17 September 2007
- Surat Izin Usaha Perdagangan : 503/4535.A/436.6.11/2009
- Tanda Daftar Perusahaan : 13.01.1.50.18943
- Dikukuhkan sebagai PKP : PEM – 53/WPJ.11/KP.0503/2009
- Angka Pengenal Importir – Umum (API-U) : API-U 133701126-P



4.1.3 Lokasi Perusahaan

PT. Gunung Mas Jaya Sentosa terletak di jalan Kedungdoro No. 111-A Surabaya. Pemilihan lokasi tersebut karena letaknya yang strategis di kawasan perdagangan berupa ruko-ruko dan merupakan jalur yang ramai sehingga akan memudahkan pemasaran produk-produk Wellco.

4.1.4 Susunan Direksi dan Pengurus

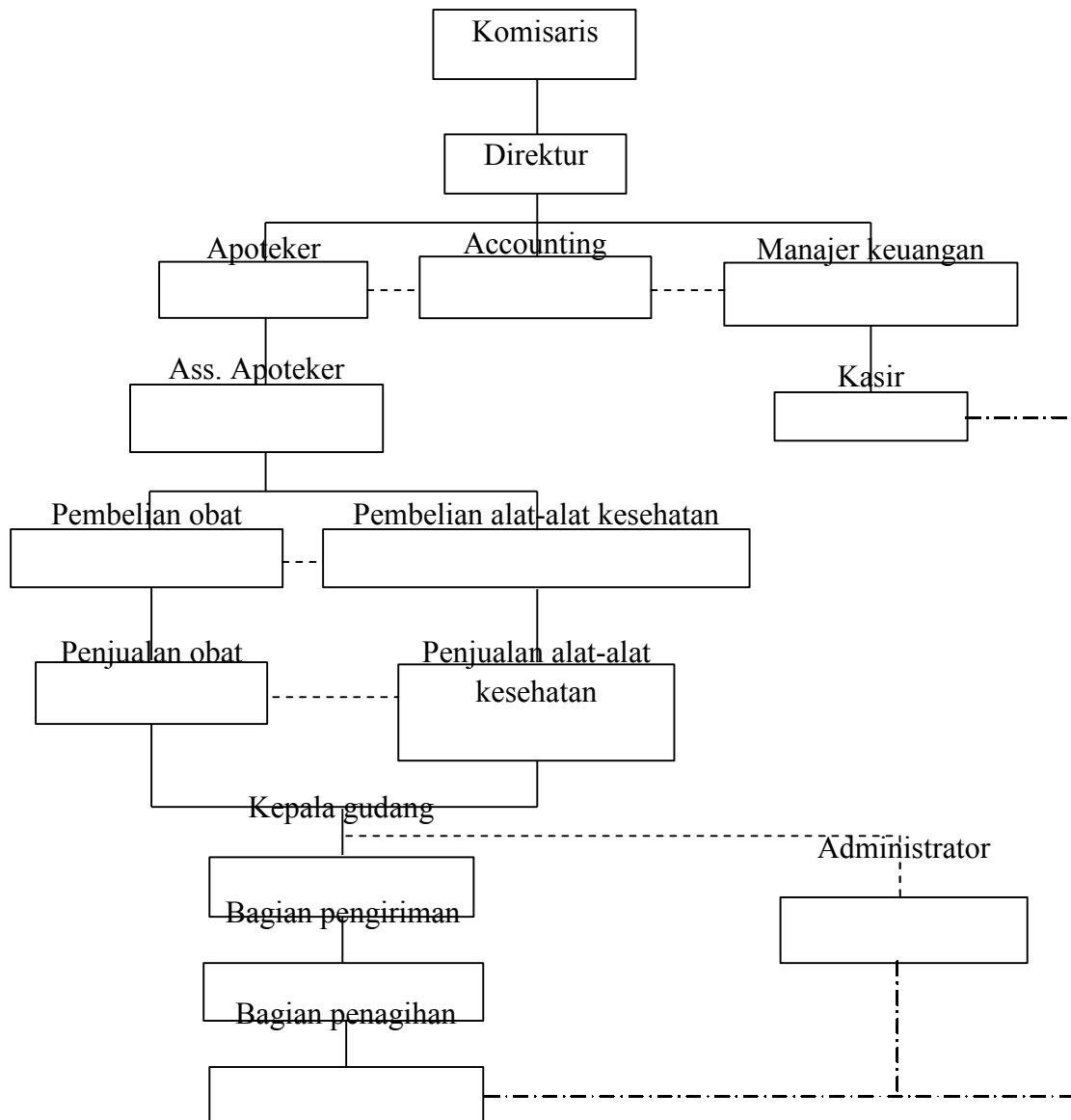
- Komisaris : Djoni Human Suhardi
- Direktur : Eddy Gunawan
- Kuasa Direktur : Wendy Christiansen

4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT. Gunung Mas Jaya Sentosa dapat dilihat pada Gambar 4.1 sebagai berikut:



Gambar 4.1
Struktur Organisasi



Sumber: PT. Gunung Mas Jaya Sentosa



1. Komisaris

Mempunyai tugas:

- a. Mengawasi perkembangan usaha PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.
- b. Memberi saran dalam pembentukan kebijakan guna kemajuan usaha PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.

2. Direktur

Mempunyai tugas:

- a. Memimpin seluruh aktivitas operasional PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.
- b. Bertanggung jawab dalam proses pemesanan barang-barang impor.
- c. Memberi keputusan pelanggan yang akan diberi kredit.

3. Apoteker

Mempunyai tugas:

- a. Bertanggung jawab dalam pembelian dan penjualan obat maupun alat kesehatan.
- b. Membuat laporan secara berkala kepada Dinas Kesehatan mengenai pembelian dan penjualan obat maupun alat kesehatan.
- c. Melakukan registrasi alat-alat kesehatan yang akan di impor ke Dinas Kesehatan.

4. Asisten apoteker

Mempunyai tugas:

- a. Membantu apoteker dalam mengawasi proses pembelian dan penjualan obat maupun alat kesehatan.



5. Accounting

Mempunyai tugas:

- a. Membuat laporan keuangan secara berkala untuk diserahkan kepada direktur dan komisaris.
- b. Bertanggung jawab dalam perhitungan pajak, pembayaran pajak, serta pelaporan SPT tahunan PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.

6. Manajer Keuangan

Mempunyai tugas:

- a. Mengontrol piutang PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.
- b. Membuat laporan kepada komisaris dan direktur mengenai pembelian, penjualan, piutang, dan semua yang berhubungan dengan keuangan PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.

7. Kasir

Mempunyai tugas:

- a. Bertanggung jawab terhadap setiap uang cash maupun alat pembayaran lainnya yang diterima dari pembayaran customer.
- b. Melakukan pencatatan secara tertulis terhadap penerimaan uang cash maupun alat pembayaran lainnya yang diterima dari pembayaran customer sampai pada penyeteron ke bank kepada manajer keuangan.

8. Pembelian obat / alat – alat kesehatan

Mempunyai tugas:



- a. Melakukan pembelian obat / alat – alat kesehatan sesuai surat permintaan dan setelah mendapat persetujuan dari direktur dan apoteker.

9. Penjualan obat / alat – alat kesehatan

Mempunyai tugas:

- a. Melakukan penjualan obat / alat – alat kesehatan kepada customer yang telah mendapat persetujuan dari direktur dan manajer keuangan.
- b. Mencetak faktur penjualan terhadap customer yang telah mendapat persetujuan dari direktur dan manajer keuangan.

10. Kepala gudang

Mempunyai tugas:

- a. Bertanggung jawab terhadap keluar masuknya barang di gudang.
- b. Membuat laporan secara berkala mengenai stock barang yang ada di gudang.

11. Bagian pengiriman

Mempunyai tugas:

- a. Bertanggung jawab terhadap fisik barang saat pendistribusian menuju ke pelanggan.

12. Bagian penagihan

Mempunyai tugas:

- a. Bertanggung jawab terhadap uang cash, alat pembayaran lainnya, ataupun yang masih dalam bentuk faktur penjualan jatuh tempo yang dibawa.



13. Administrator

Mempunyai tugas:

- a. Menginput seluruh data pembelian dan penjualan PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.
- b. Membuat jadwal penagihan hutang customer.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Data penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah neraca tahun 2009 – 2011 dan laporan laba rugi serta deskripsi kebijakan penjualan kredit pada PT. Gunung Mas Jaya Sentosa tahun 2010 – 2011 adalah sebagai berikut :



Tabel 4.1
Neraca Per 31 Desember 2009

PT. GUNUNG MAS JAYA SENTOSA
N E R A C A
PER 31 DESEMBER 2009

AKTIVA		KEWAJIBAN DAN EKUITAS	
AKTIVA LANCAR :		KEWAJIBAN LANCAR :	
Kas dan setara kas	Rp 38,936,600.00	Hutang usaha	Rp 176,368,322.00
Piutang usaha	Rp 229,967,675.00	Pajak yang masih harus dibayar :	
Persediaan	Rp 10,000,000.00	PPH Pasal 21 Masa Desember 2009	Rp -
Pajak dibayar di muka (PPN-M)	Rp -	Pajak pertambahan nilai (PPN-K)	Rp -
Biaya dibayar di muka	Rp -	PPH Pasal 29 (SPT Tahunan PPh Badan)	Rp 5,176,000.00
Uang muka pembelian	Rp 47,000,000.00	Biaya yang masih harus dibayar	Rp 9,212,454.00
		Hutang kendaraan	Rp -
Jumlah aktiva lancar	Rp 325,904,275.00	Jumlah kewajiban lancar	Rp 190,756,776.00
AKTIVA TETAP : Nilai		KEWAJIBAN JK. PANJANG :	
perolehan Akumulasi	Rp 102,930,500.00	Hutang direksi/PPS	Rp 114,560,034.00
penyusutan	Rp (1,708,947.92)	Hutang Bank	Rp -
Nilai buku aktiva tetap	Rp 101,221,552.08	Jumlah kewajiban jk.panjang	Rp 114,560,034.00
AKTIVA LAIN-LAIN :		EKUITAS :	
Biaya perijinan & pendirian	Rp -	Modal	Rp 250,000,000.00
Biaya pra operasional	Rp 107,750,000.00	Saldo laba (Rugi) tahun lalu	Rp -
Beban ditangguhkan (By renovasi)	Rp 54,949,470.00	Laba (Rugi) tahun berjalan	Rp 31,796,829.25
Amortisasi aktiva lain-lain	Rp (2,711,657.83)		Rp -
Jumlah aktiva lain-lain	Rp 159,987,812.17	Jumlah ekuitas	Rp 281,796,829.25
JUMLAH AKTIVA	Rp 587,113,639.25	JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS	Rp 587,113,639.25



Tabel 4.2
Neraca Per 31 Desember 2010

PT. GUNUNG MAS JAYA SENTOSA
N E R A C A
PER 31 DESEMBER 2010

AKTIVA		KEWAJIBAN DAN EKUITAS	
AKTIVA LANCAR :		KEWAJIBAN LANCAR :	
Kas dan setara kas	Rp 385,952,151.95	Hutang usaha	Rp 3,921,484,083.31
Piutang usaha	Rp 1,783,624,545.48	Pajak yang masih harus dibayar :	
Persewaan	Rp 1,201,503,174.72	PPh Pasal 21 Masa Desember 2009	Rp 145,350.00
Pajak dibayar dimuka (PPN-M)	Rp 535,643,029.03	Pajak pertambahan nilai (PPN-K)	Rp 293,992,996.50
Biaya dibayar dimuka	Rp 427,000.00	PPh Pasal 29 (SPT Tahunan PPh Badan)	Rp 275,625.00
Uang muka pembelian	Rp 154,565,610.00	Biaya yang masih harus dibayar	Rp 20,512,450.00
		Hutang kendaraan	Rp 22,204,000.00
Jumlah aktiva lancar	Rp 4,061,715,511.18	Jumlah kewajiban lancar	Rp 4,258,614,504.81
AKTIVA TETAP :		KEWAJIBAN JK. PANJANG :	
Nilai perolehan	Rp 327,918,725.00	Hutang direksi/PPS	Rp -
Akumulasi penyusutan	Rp (44,828,422.66)	Hutang Bank	Rp -
Nilai buku aktiva tetap	Rp 283,090,302.34	Jumlah kewajiban jk.panjang	Rp -
AKTIVA LAIN-LAIN :		EKUITAS :	
Biaya perijinan & pendirian	Rp 26,610,000.00	Modal	Rp 250,000,000.00
Biaya pra operasional	Rp 107,750,000.00	Saldo laba (Rugi) tahun lalu	Rp 31,796,829.25
Beban ditanggungkan (By renovasi)	Rp 162,618,589.00	Laba (Rugi) tahun berjalan	Rp 39,265,692.83
Amortisasi aktiva lain-lain	Rp (62,107,375.63)		
Jumlah aktiva lain-lain	Rp 234,871,213.37	Jumlah ekuitas	Rp 321,062,522.08
JUMLAH AKTIVA	Rp 4,579,677,026.89	JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS	Rp 4,579,677,026.89



Tabel 4.3

Neraca Per 31 Desember 2011

PT. GUNUNG MAS JAYA SENTOSA
N E R A C A
PER 31 DESEMBER 2011

AKTIVA		KEWAJIBAN DAN EKUITAS	
AKTIVA LANCAR :		KEWAJIBAN LANCAR :	
Kas dan setara kas	Rp 940,054,407.02	Hutang usaha	Rp 2,962,680,484.92
Piutang usaha	Rp 1,653,764,256.70	Pajak yang masih harus dibayar :	
Persediaan	Rp 1,022,007,461.81	PPh Pasal 21 Masa Desember 2011	Rp 10,800.00
Pajak dibayar di muka :		PPh Pasal 25 Masa Desember 2011	Rp 358,500.00
PPN-M (Masukan)	Rp 864,104,555.52	PPh badan (pajak yang dihitung)	Rp 35,505,300.00
PPh Pasal 25	Rp 3,526,500.00	Biaya yang masih harus dibayar	Rp 370,605.00
PPh Pasal 22 (Impor)	Rp 30,727,000.00	Penjualan diterima dimuka	Rp 53,463,130.64
Biaya dibayar di muka	Rp -		
Uang muka pembelian	Rp 154,565,610.00		
Jumlah aktiva lancar	Rp 4,668,749,791.05	Jumlah kewajiban lancar	Rp 3,052,388,820.56
AKTIVA TETAP :		KEWAJIBAN JK. PANJANG :	
Nilai perolehan	Rp 330,724,625.00	Hutang lain-lain	Rp 1,657,833,647.00
Akumulasi penyusutan	Rp (93,665,408.07)	Hutang Bank	Rp -
Nilai buku aktiva tetap	Rp 237,059,216.93	Jumlah kewajiban jk.panjang	Rp 1,657,833,647.00
AKTIVA LAIN-LAIN :		EKUITAS :	
Biaya pendirian & pendirian	Rp 80,235,000.00	Modal	Rp 250,000,000.00
Biaya pra-operasional	Rp 107,750,000.00	Saldo laba (Rugi) tahun lalu	Rp 71,062,522.08
Beban ditangguhkan (By renovasi)	Rp 231,325,089.00	Laba (Rugi) tahun berjalan	Rp 147,864,713.91
Amortisasi aktiva lain-lain	Rp (145,969,393.43)		
Jumlah aktiva lain-lain	Rp 273,340,695.57	Jumlah ekuitas	Rp 468,927,235.99
JUMLAH AKTIVA	Rp 5,179,149,703.55	JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS	Rp 5,179,149,703.55



Tabel 4.4

Laporan L/R Periode Desember 2010

PT. GUNUNG MAS JAYA SENTOSA
LAPORAN LABA (RUGI) KOMERSIAL
UNTUK PERIODE YANG BERAKHIR PADA TANGGAL 31 DESEMBER 2010

	<u>Laba (Rugi) Komersial</u>
PENJUALAN :	
– Penjualan ekspor	Rp 1,725,814,827.00
– Penjualan lokal	Rp 2,939,929,965.00
Jumlah penjualan	Rp 4,665,744,792.00
HARGA POKOK PENJUALAN	
	Rp 4,108,811,617.00
LABA (RUGI) KOTOR	
	Rp 556,933,175.00
BIAYA PENJUALAN	
BIAYA UMUM & ADMINISTRASI :	
Gaji, tunjangan, staf & lembur	Rp 204,550,000.00
By konsumsi (makan, minum, dll)	Rp 6,130,300.00
By pengobatan	Rp 17,400.00
By BBM, transport/perj. dinas	Rp 13,071,950.00
By alat tulis, fotocopy, cetakan	Rp 10,867,970.00
By listrik	Rp 3,960,910.00
By tlp & komunikasi	Rp 16,958,698.00
By pos, paket, fax	Rp 1,822,450.00
By hukum & konsultan	Rp 6,500,000.00
By subsidi PPh Ps.21	Rp 1,489,150.00
By asuransi	Rp 4,697,000.00
By sumbangan & intertainment	Rp 18,004,251.00
By pemeliharaan gedung	Rp 1,925,375.00
By pemeliharaan invent. kantor	Rp 10,823,500.00
By pemeliharaan kendaraan	Rp 5,581,750.00
By penyusutan inventaris kantor	Rp 23,564,891.00
By penyusutan kendaraan	Rp 19,554,583.00
By amortisasi	Rp 59,395,718.00
By iuran & langganan	Rp 30,145,000.00
By pajak & retribusi	Rp 2,670,108.00
By bongkar muat barang	Rp 555,500.00
By kantor lainnya	Rp 1,933,975.00
Jumlah biaya umum & administrasi	Rp 444,220,480.00
PENDAPATAN (BIAYA) LUAR OPERASI :	
Pendapatan bunga & jasa giro bank	Rp 1,942,662.00
Pendapatan / biaya lain-lain	Rp 57,685.00
Selisih pembulatan	Rp (1,726.00)
Biaya administrasi bank	Rp (1,287,000.00)
Jumlah pendapatan (Biaya) luar operasi :	Rp 711,621.00
LABA (RUGI) BERSIH SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	
	Rp 39,541,318.00
PAJAK PENGHASILAN BADAN	
	Rp (275,625.00)
LABA (RUGI) BERSIH SETELAH PAJAK PENGHASILAN	
	Rp 39,265,693.00



Tabel 4.5

Laporan L/R Periode Desember 2011

PT. GUNUNG MAS JAYA SENTOSA
LAPORAN LABA (RUGI) KOMERSIAL
UNTUK PERIODE YANG BERAKHIR PADA TANGGAL 31 DESEMBER 2011

	<u>Laba (Rugi) Komersial</u>	
PENJUALAN :		
- Penjualan ekspor	Rp	5,984,866,136.88
- Penjualan lokal	Rp	1,571,776,211.00
Jumlah penjualan	Rp	7,556,642,347.88
HARGA POKOK PENJUALAN	Rp	6,737,878,362.78
LABA (RUGI) KOTOR	Rp	818,763,985.10
BIAYA PENJUALAN		
BIAYA UMUM & ADMINISTRASI :		
Gaji, tunjangan, staf & lembur	Rp	217,225,850.00
By konsumsi (makan, minum, dll)	Rp	2,437,780.00
By pengobatan	Rp	414,500.00
By BBM, transport/perj. dinas	Rp	2,172,000.00
By alat tulis, fotocopy, cetakan	Rp	15,553,920.00
By listrik	Rp	4,224,355.00
By tlp & komunikasi	Rp	13,952,568.00
By pos, paket, fax	Rp	2,783,266.00
By air (PDAM)	Rp	117,800.00
By hukum & konsultan	Rp	40,000.00
By keamanan & kebersihan	Rp	124,400.00
By subsidi PPh Ps.21	Rp	1,873,900.00
By asuransi	Rp	427,000.00
By sumbangan & entertainment	Rp	11,110,231.00
By pemeliharaan gedung	Rp	1,624,900.00
By pemeliharaan invent. kantor	Rp	4,408,000.00
By pemeliharaan kendaraan	Rp	14,910,500.00
By penyusutan inventaris kantor	Rp	25,371,485.42
By penyusutan kendaraan	Rp	23,465,500.00
By amortisasi	Rp	83,862,017.80
By iuran & langganan	Rp	5,110,000.00
By pajak & retribusi	Rp	4,934,600.00
By bongkar muat barang	Rp	3,156,000.00
By kantor lainnya	Rp	2,505,500.00
Jumlah biaya umum & administrasi	Rp	441,806,073.22
PENDAPATAN (BIAYA) LUAR OPERASI :		
Pendapatan bunga & jasa giro bank	Rp	2,402,808.74
Pendapatan / biaya lain-lain	Rp	827,000.00
Selisih pembulatan	Rp	(1,383.00)
Laba (Rugi) selisih kurs	Rp	(27,271,169.71)
Biaya administrasi bank	Rp	(917,368.00)
Jumlah pendapatan (Biaya) luar operasi :	Rp	(24,960,111.97)
LABA (RUGI) BERSIH SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	Rp	183,370,013.91
PAJAK PENGHASILAN BADAN	Rp	(35,505,300.00)
LABA (RUGI) BERSIH SETELAH PAJAK PENGHASILAN	Rp	147,864,713.91

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



4.2.1 Kebijakan Penjualan Kredit Tahun 2010

Pada tahun 2010, cadangan kerugian piutang yang ditetapkan oleh pihak manajemen PT. Gunung Mas Jaya Sentosa adalah sebesar 20% dan biaya modal yang tertanam pada piutang sebesar 26%. Pada tahun 2010 ini, pihak manajemen PT. Gunung Mas Jaya Sentosa menawarkan diskon penjualan sebesar 3% dan periode kredit menjadi 30 hari.

Pada tahun 2010 ini PT. Gunung Mas Jaya Sentosa mulai mempunyai produk dengan merk sendiri yaitu “Wellco” dan pemberian kredit lebih diutamakan untuk pelanggan – pelanggan tetap serta distributor besar.

Ketentuan pengumpulan piutang pada tahun 2010 ada sedikit perubahan yaitu pembayaran ditekankan untuk via transfer dan meminimalkan pembayaran secara tunai dengan melalui sales penjualan walaupun melalui sales penjualan dapat membayar berupa giro atau cek yang telah ditulis nomer rekening PT. Gunung Mas Jaya Sentosa dengan benar. Pada tahun ini PT. Gunung Mas Jaya Sentosa mulai bertindak tegas kepada pelanggan yang mempunyai riwayat pembayaran yang kurang baik, antara lain melalui telepon untuk segera melunasi hutang-hutangnya dan tidak memberikan barang-barang yang dipesan apabila tidak segera melunasi hutang-hutangnya.

4.2.2 Kebijakan Penjualan Kredit Tahun 2011

Pada tahun 2011, cadangan kerugian piutang yang ditetapkan oleh pihak manajemen PT. Gunung Mas Jaya Sentosa adalah sebesar 20% dan biaya modal yang tertanam pada piutang sebesar 37%. Pada tahun 2011 ini,



pihak manajemen PT. Gunung Mas Jaya Sentosa merubah kebijakan kredit penjualan dengan menawarkan diskon penjualan sebesar 2% dan periode kredit 45 hari.

Pada tahun 2011 ini, produk – produk dari PT. Gunung Mas Jaya Sentosa dengan merk “Wellco” semakin bervariasi dan mulai menempati pasar kesehatan sehingga hal ini membuat pihak manajemen PT. Gunung Mas Jaya Sentosa yakin walaupun tanpa merubah besarnya diskon dan memperpendek pembayaran piutang, produk – produk “Wellco” akan tetap dapat bersaing dengan produk – produk yang lain.

Ketentuan pengumpulan piutang pada tahun 2011 tidak jauh berbeda dengan ketentuan pengumpulan piutang pada tahun 2010 yaitu tetap ditekankan pembayaran via transfer terutama untuk pelanggan yang berlokasi di luar kota. Namun pada tahun 2011 PT. Gunung Mas Jaya Sentosa tidak lagi menggunakan jasa sales penjualan yang ditempatkan di luar kota sehingga ongkos kirim barang menjadi beban pelanggan.

Baik pelanggan dalam maupun luar kota apabila melakukan kelalaian dalam membayar hutang-hutangnya dan sudah ditagih via telepon tapi tetap tidak memberikan respon yang baik maka perwakilan pihak manajemen PT. Gunung Mas Jaya Sentosa akan datang ke lokasi pelanggan tersebut berada serta membicarakan masalah piutang yang tidak terbayar secara lebih serius.

4.2.3 Rencana Kebijakan Kredit Tahun 2012

Pada tahun 2012, PT. Gunung Mas Jaya Sentosa berencana merubah kebijakan kredit dengan tidak menawarkan diskon penjualan tetapi



memperpanjang periode kredit selama 60 hari. Diperkirakan penjualan akan meningkat 6% dari penjualan pada tahun 2011. Cadangan kerugian piutang adalah 20%.

4.3 Analisa Pengumpulan Piutang dan Profitabilitas Tahun 2010 - 2011

Berdasarkan laporan keuangan pada tahun 2010 – 2011, perhitungan untuk pengumpulan piutang dan profitabilitas sebagai berikut :

a. Tahun 2010

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan} &= \text{Rp } 4.665.744.792,- \\
 \text{Piutang awal} &= \text{Rp } 229.967.675,- \\
 \text{Piutang akhir} &= \text{Rp } 1.783.624.545,48 \\
 \text{Rata – rata piutang} &= \frac{\text{Piutang awal} + \text{piutang akhir}}{2} \\
 &= \frac{\text{Rp } 229.967.675 + \text{Rp } 1.783.624.545,48}{2} \\
 &= \text{Rp } 1.006.796.110,24 \\
 \text{Umur rata – rata piutang} &= \frac{360 \times \text{rata – rata piutang}}{\text{Penjualan kredit}} \\
 &= \frac{360 \times \text{Rp } 1.006.796.110,24}{\text{Rp } 4.665.744.792,-} \\
 &= 78 \text{ hari} \\
 \text{Tingkat perputaran piutang} &= \frac{\text{Penjualan kredit pertahun}}{\text{Rata-rata piutang}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 4.665.744.792,-}{\text{Rp } 1.006.796.110,24} \\
 &= 4,6 \text{ kali} \\
 \text{Gross profit margin} &= \frac{\text{Penjualan} - \text{HPP}}{\text{Penjualan}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 4.665.744.792 - \text{Rp } 4.108.811.617}{\text{Rp } 4.665.744.792} = 12 \%
 \end{aligned}$$



$$\text{Operating profit margin} = \frac{\text{Laba operasional}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp 39.541.318}}{\text{Rp 4.665.744.792}} \times 100\%$$

$$= 1\%$$

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp 39.265.693}}{\text{Rp 4.665.744.792}} \times 100\%$$

$$= 1\%$$

b. Tahun 2011

$$\text{Penjualan} = \text{Rp 7.556.642.347,88}$$

$$\text{Piutang awal} = \text{Rp 1.783.624.545,48}$$

$$\text{Piutang akhir} = \text{Rp 1.653.764.256,70}$$

$$\text{Rata – rata piutang} = \frac{\text{Piutang awal} + \text{piutang akhir}}{2}$$

$$= \frac{\text{Rp 1.783.624.545,48} + \text{Rp 1.653.764.256,70}}{2}$$

$$= \text{Rp 1.718.694.401,09}$$

$$\text{Umur rata – rata piutang} = \frac{360 \times \text{rata – rata piutang}}{\text{Penjualan kredit}}$$

$$= \frac{360 \times \text{Rp 1.718.694.401,09,-}}{\text{Rp 7.556.642.347,88,-}}$$

$$= 82 \text{ hari}$$

$$\text{Tingkat perputaran piutang} = \frac{\text{Rp 7.556.642.347,88}}{\text{Rp 1.718.694.401,09}}$$

$$= \frac{\text{Penjualan kredit pertahun}}{\text{Rata-rata piutang}}$$

$$= 4,4 \text{ kali}$$

$$\text{Gross profit margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{HPP}}{\text{Penjualan}}$$



$$= \frac{\text{Rp } 7.556.642.347,88 - \text{Rp } 6.737.878.362,78}{\text{Rp } 7.556.642.347,88}$$

$$= 0,11 = 11 \%$$

$$\text{Operating profit margin} = \frac{\text{Laba operasional}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp } 183.370.013,91}{\text{Rp } 7.556.642.347,88} \times 100\%$$

$$= 2\%$$

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp } 147.864.713,91}{\text{Rp } 7.556.642.347,88} \times 100\%$$

$$= 2\%$$

Tabel 4.6

Hasil Perhitungan Pengumpulan Piutang dan Profitabilitas

Parameter		2010	2011
<u>Pengumpulan Piutang :</u>			
-	Umur rata-rata piutang	78 hari	82 hari
-	Tingkat perputaran piutang	4,6 kali	4,4 kali
<u>Rasio profitabilitas :</u>			
-	Gross profit margin	12%	11%
-	Operating profit margin	1%	2%
-	Net profit margin	1%	2%

Analisa :

Berdasarkan hasil perhitungan selama dua tahun terakhir, pengumpulan piutang PT. Gunung Mas Jaya Sentosa masih boleh dibilang sangat buruk karena masih jauh dari ketentuan kredit yang telah ditetapkan yaitu pada tahun 2010 adalah 30 hari dan tahun 2011 adalah 45 hari. Pada tahun 2011 terdapat penurunan yaitu umur rata-rata piutang yang panjang dan tingkat





perputaran piutang yang rendah dibandingkan tahun 2010. Hal ini terjadi selain karena pada tahun 2011 PT. Gunung Mas Jaya Sentosa tidak lagi menggunakan jasa sales sehingga piutang – piutang pelanggan yang ada di luar kota menjadi terhambat untuk ditagih, juga PT. Gunung Mas Jaya Sentosa tidak menerapkan teori 5 K selama pelanggan tersebut bersedia melakukan pembayaran via transfer dan pernah tercatat pernah melakukan pembelian di PT. Gunung Mas Jaya Sentosa, pasti akan dilayani penjualan secara kredit.

Pada tahun 2010, *gross profit margin* lebih tinggi dibandingkan tahun 2011. Hal ini terjadi karena pada tahun 2010 harga pokok penjualan lebih rendah dibandingkan dengan penjualan. Sedangkan untuk *operating profit margin* dan *net profit margin* pada tahun 2011 lebih tinggi dibandingkan tahun 2010. Hal ini terjadi karena pada tahun 2011 mempunyai biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan penjualan. Pada tahun 2010 biaya yang dikeluarkan lebih besar dibandingkan dengan penjualan karena pada tahun tersebut PT. Gunung Mas Jaya Sentosa memerlukan banyak dana untuk memperkenalkan produknya ke masyarakat umum agar tertarik untuk membeli produk dari PT. Gunung Mas Jaya Sentosa. Tetapi hal ini masih jauh dari harapan PT. Gunung Mas Jaya Sentosa yang menginginkan tingkat profitabilitas setiap tahunnya naik sekitar 20 - 25%.

4.4 Analisa Incremental Tahun 2012

Perhitungan untuk menganalisa apakah perubahan kebijakan kredit pada tahun 2012 layak untuk dijalankan atau tidak adalah sebagai berikut :

Biaya variable terhadap penjualan (V) tahun 2011

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Biaya variable}}{\text{Penjualan}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 6.737.878.362,78}{\text{Rp } 7.556.642.347,88} \\
 &= 0,89
 \end{aligned}$$

$$\Delta I = [(DSO_N - DSO_O) (S_O / 360)] + V [(DSO_N) (S_N - S_O) / 360]$$

$$\begin{aligned}
 \Delta I &= [(60 - 82) (\text{Rp } 7.556.642.347,88 / 360)] + 0,89 [(60) (\text{Rp } 8.010.040.888,75 - \text{Rp } 7.556.642.347,88) / 360] \\
 &= [(-22) (\text{Rp } 20.990.673,19)] + 0,89 [(60) (\text{Rp } 453.398.540,87) / 360] \\
 &= [- \text{Rp } 461.794.810,15] + 0,89 [\text{Rp } 75.566.423,48] \\
 &= [- \text{Rp } 461.794.810,15] + [\text{Rp } 67.254.116,90] \\
 &= - \text{Rp } 394.540.693,25
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \Delta P &= (S_N - S_O)(1 - V) - k(\Delta I) - (B_N S_N - B_O S_O) - (D_N S_N P_N - D_O S_O P_O) \\
 &= (\text{Rp } 8.690.138.700,06 - \text{Rp } 7.556.642.347,88) (1 - 0,89) - 0,37 (-\text{Rp } 394.540.693,25) - (0,20 \times \text{Rp } 8.690.138.700,06 - 0,20 \times \text{Rp } 7.556.642.347,88) - (0 - 0,02 \times \text{Rp } 7.556.642.347,88 \times 1) \\
 &= (\text{Rp } 1.133.496.352,18) (0,11) + (\text{Rp } 145.980.056,50) - (\text{Rp } 1.738.027.740,01 - \text{Rp } 1.511.328.469,58) - (- \text{Rp } 151.132.846,96) \\
 &= (\text{Rp } 124.684.598,74) + (\text{Rp } 145.980.056,50) - (\text{Rp } 226.699.270,44) + (\text{Rp } 151.132.846,96) \\
 &= \text{Rp } 195.098.231,76
 \end{aligned}$$



Tabel 4.7

Analisa incremental

Keterangan	Rencana Tahun 2012
Perubahan investasi pada piutang (ΔI)	- Rp 394.540.693,25
Perubahan laba sebelum pajak (ΔP)	Rp 195.098.231,76

Analisa :

Berdasarkan hasil perhitungan analisa incremental diatas untuk rencana perubahan kebijakan kredit menggambarkan bahwa rencana perubahan kebijakan kredit untuk tahun 2012 layak untuk dilakukan. Hal ini terbukti dengan hasil perhitungan perubahan investasi pada piutang bernilai yang negatif dan perubahan laba sebelum pajak yang bernilai positif.

Perubahan investasi pada piutang yang bernilai negatif berarti diperkirakan piutang dapat dikumpulkan lebih cepat sehingga biaya untuk mendanai piutang juga berkurang. Semakin cepat piutang dapat terkumpul maka perusahaan juga dapat lebih cepat mendapatkan modalnya kembali untuk perputaran operasional perusahaan.

Perubahan laba sebelum pajak yang bernilai positif menunjukkan bahwa perkiraan perubahan kebijakan kredit memberikan tambahan laba untuk perusahaan, sehingga perubahan kebijakan kredit layak untuk dilakukan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil perhitungan dan analisa pada penelitian tersebut, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Selama tahun 2010 – 2011, pengumpulan piutang PT. Gunung Mas Jaya Sentosa masih belum memenuhi standar pengumpulan piutang yang telah ditetapkan.
2. Kebijakan pemberian diskon penjualan meningkatkan volume penjualan perusahaan namun semakin menurunkan profitabilitas perusahaan.
3. Rencana perubahan kebijakan kredit untuk tahun 2012 dengan meniadakan diskon penjualan namun memperpanjang periode kredit berdasarkan analisa incremental diperkirakan meningkatkan profitabilitas perusahaan sehingga rencana perubahan kebijakan kredit tersebut layak untuk diambil.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Kepada Perusahaan

- 1.) Perlu diadakannya pengendalian piutang, yaitu *aging schedule*, buku pembantu piutang, dan konfirmasi piutang.
- 2.) Pemberian diskon penjualan tidak diperbesar karena akan semakin menurunkan profitabilitas PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.



- 3.) Berdasarkan analisa incremental sebaiknya PT. Gunung Mas Jaya Sentosa melakukan perubahan kebijakan kredit dan menyeleksi pelanggan yang akan diberi kredit dengan pendekatan 5 K.

5.2.2 Saran Kepada Peneliti yang Akan Datang untuk Bahan Penelitian

Dengan penelitian ini, diharapkan peneliti yang akan datang dapat memberikan masukan ataupun referensi mengenai analisa perubahan kebijakan kredit terhadap profitabilitas agar tercapainya tujuan perusahaan yang lebih maksimal.



DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, Lukas Setia. 2002. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Andi
- Brigham, Eugene F. Dan Joel F. Houston. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan edisi 10 Buku 1*. Terjemahan Ali Akbar Yulianto. Jakarta: Salemba Empat
- Helfert, Erich A. 1997. *Teknik Analisis Keuangan: Petunjuk Praktis untuk Mengelola dan Mengukur kinerja Perusahaan*. Terjemahan Herman Wibowo. Jakarta: Erlangga
- Husnan, Suad. 2000. *Manajemen Keuangan: Teori dan penerapan*. Yogyakarta: BPFE
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti. 2002. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN
- Jusup, Al Haryono. 2005. *Dasar-dasar Akuntansi*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
- Margaretha, Farah. 2005. *Teori dan Aplikasi Manajemen Keuangan: Investasi dan Sumber Dana Jangka Pendek*. Jakarta: PT. Grasindo
- Martono dan Agus Harjito. 2002. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII
- Muslich, Mohamad. 2000. *Manajemen Keuangan Modern: Analisis, Perencanaan, dan Kebijaksanaan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Niswonger, C. Rollin, Carl S. Warren, James M. Reeve, dan Philip E. Fess. 1990. *Prinsip-Prinsip Akuntansi Edisi ke-19*. Terjemahan Alfonsus Sirait dan Helda Gunawan. Jakarta: Erlangga
- Syamsuddin, Lukman. 2001. *Manajemen Keuangan Perusahaan: Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Keuangan: Ringkasan Teori dan Penyelesaian Soal*. Yogyakarta: Ekonisia, Kampus Fakultas Ekonomi UII



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



PT. GUNUNG MAS JAYA SENTOSA

Alat Kedokteran, Dental & Perusahaan Besar Farmasi

Izin PBF No: HK.07.01/I/048/10 Izin PAK No: HK.07.Aikes./V/557/AK.2/2010

SURAT KETERANGAN

No. 002/GMJS/IX /2012

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wendy Christiansen

Jabatan : Direktur

Menerangkan bahwa :

Nama : Natalita Bahtiar

NPM : 0822019

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Akuntansi

Universitas : Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya

Telah melakukan penelitian berkaitan dengan tugas akhir tentang kebijakan kredit di

PT. Gunung Mas Jaya Sentosa Surabaya

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 06 September 2012

PT. Gunung Mas Jaya Sentosa
SURABAYA

Wendy Christiansen

Direktur

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Definisi Piutang

Martono dan Harjito (2002:95) menyatakan bahwa pengertian piutang sebagai berikut :

Piutang dagang (*account receivable*) merupakan tagihan perusahaan kepada pelanggan/pembeli atau pihak lain yang membeli produk perusahaan. Piutang usaha ini muncul karena adanya penjualan kredit. Penjual biasanya lebih suka melakukan penjualan secara tunai karena uang hasil penjualan segera diterima. Tetapi adanya persaingan memaksa perusahaan untuk menjual secara kredit. Besarnya piutang yang ada di perusahaan mencapai lebih kurang 20% dari nilai aktivasnya. Hal ini disebabkan pembeli banyak yang lebih suka membeli secara kredit karena dapat menggunakan uang yang relatif lebih kecil bila dibandingkan membeli secara tunai. Kebijakan penjualan kredit yang akan menimbulkan piutang ini sebenarnya menimbulkan biaya bagi perusahaan. Biaya tersebut antara lain adalah administrasi piutang, biaya modal atas dana yang tertanam dalam piutang, biaya penagihan dan biaya piutang yang mungkin tidak tertagih. Namun demikian, karena kebijakan kredit ini akan meningkatkan penjualan, maka biaya piutang tersebut akan diimbangi oleh meningkatnya penjualan perusahaan. Oleh karena itu, manajemen piutang merupakan pengelolaan piutang agar kebijakan kredit mencapai optimal, yaitu tercapainya keseimbangan antara biaya yang diakibatkan oleh kebijakan kredit dengan manfaat yang diperoleh dari kebijakan tersebut.

Piutang merupakan salah satu unsur dalam aktiva lancar yang timbul akibat adanya penjualan secara kredit dengan kebijakan pembayaran setiap perusahaan yang berbeda-beda.

2.1.2 Penentuan Besarnya Piutang

Besarnya investasi pada piutang yang muncul di perusahaan ditentukan oleh dua faktor :





Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

- a. Besarnya persentase penjualan kredit terhadap penjualan total.
- b. Kebijakan penjualan kredit dan jangka waktu pengumpulan piutang (jangka waktu penagihan piutang). Kebijakan ini dipengaruhi oleh jangka waktu penjualan kredit, kualitas pelanggan, dan usaha pengumpulan piutang.

Cepat lambatnya piutang dapat dikumpulkan juga dipengaruhi oleh kualitas pelanggan, baik kualitas kemampuan perusahaan pelanggan maupun kualitas karakter pelanggan itu sendiri, penilaian kualitas pelanggan ini dimaksudkan untuk mengurangi resiko kemungkinan piutang tidak tertagih (*bad debt*) dan memperkecil biaya penagihan piutang. Dalam menilai pelanggan, menurut Martono dan Harjito (2001:96), juga menurut Syamsuddin (2001:265) dapat menggunakan sistem 5K atau 5C sebagai berikut:

a.) Karakter (*Character*)

Penilaian karakter pelanggan ditujukan untuk melihat sejauh mana pelanggan berkeinginan atau berkemauan untuk memenuhi kewajiban kreditnya dengan persyaratan yang sudah ditetapkan oleh penjual. Penilaian ini sangat tergantung pada moral pelanggan dan pola pembayaran di masa lalu sebagai faktor terpenting dalam evaluasi kredit.

b.) Kapasitas (*Capacity*)

Kapasitas pelanggan merupakan penilaian yang bersifat subyektif mengenai kemampuan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban



finansialnya. Kemampuan ini dapat dianalisis dari laporan keuangan perusahaan pelanggan yang bersangkutan.

c.) Kapital (*Capital*)

Penilaian kapital adalah penilaian terhadap kemampuan finansial perusahaan dengan melihat jumlah modal sendiri yang dimiliki oleh pelanggan. Penilaian terhadap kapital dapat diperoleh dengan cara menganalisa neraca pelanggan.

d.) Kolateral atau jaminan (*Collateral*)

Penilaian kolateral atau jaminan perusahaan dapat dilihat dari jumlah aktiva yang dijadikan sebagai jaminan oleh pelanggan. Tujuan perusahaan dalam penilaian kolateral adalah agar pelanggan memenuhi kewajiban-kewajibannya dengan batas waktu yang telah ditetapkan.

e.) Kondisi (*Condition*)

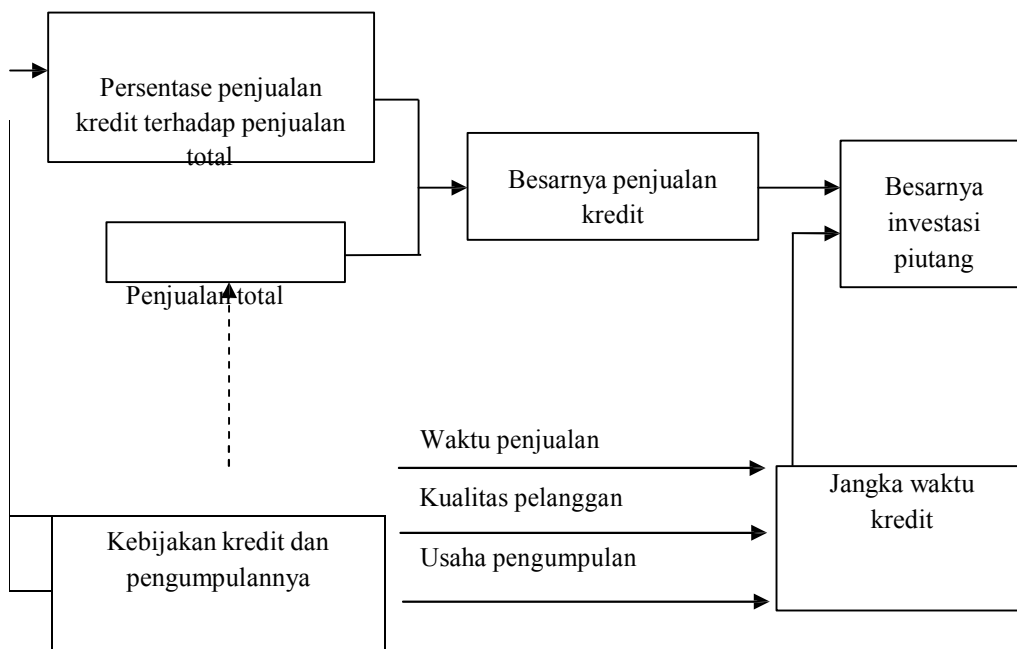
Penilaian kondisi ini sangat dipengaruhi oleh kondisi perekonomian pada umumnya yang pada akhirnya akan mempengaruhi keadaan pelanggan dalam memenuhi kewajiban-kewajibannya.

Secara sistematis, penentuan besarnya piutang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2.1

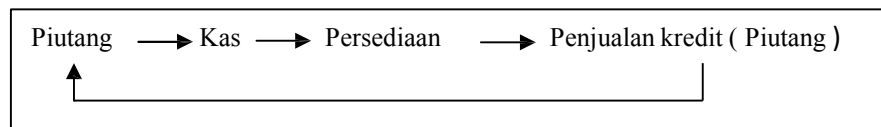
Faktor-faktor yang menentukan besarnya piutang



Sumber: Martono S.U (2002:97)

Piutang yang ditimbulkan karena penjualan kredit akan menentukan besarnya tingkat perputaran piutang. Perputaran piutang (*receivable turnover*) merupakan periode terikatnya piutang sejak terjadinya piutang tersebut sampai piutang tersebut dapat ditagih dalam bentuk uang kas dan akhirnya dapat dibelikan kembali menjadi persediaan dan dijual secara kredit dan menjadi piutang kembali. Secara skematis perputaran piutang dapat dilihat pada skema berikut:

Gambar 2.2
Skema perputaran piutang



Sumber: Martono S.U (2002:97)

Dengan demikian, perputaran piutang tersebut dihitung dalam jangka waktu satu tahun. Jadi, apabila perputaran piutang suatu perusahaan sebanyak 6 (enam) kali, artinya bahwa dalam satu tahun piutang perusahaan tersebut berputar sebanyak 6 kali. Jika satu tahun dihitung 360 hari, maka hari rata-rata pengumpulan piutang adalah $360 \text{ hari} : 6 \text{ kali} = 60 \text{ hari}$ untuk setiap kali perputaran.

Tingkat perputaran piutang ini mempunyai efek terhadap besar kecilnya modal yang tertanam dalam piutang. Makin tinggi perputaran piutang berarti modal yang tertanam dalam investasi makin kecil, karena dana yang tertanam dalam piutang semakin cepat kembali sebagai kas masuk. Kas masuk ini selanjutnya digunakan lagi untuk membeli persediaan barang yang kemudian dijual lagi.

2.1.3 Klasifikasi Piutang

Setiap perusahaan berusaha meningkatkan penjualannya dengan berbagai kebijakan, diantaranya penjualan secara tunai dan penjualan secara kredit. Adapun dari penjualan kredit tersebut akan menghasilkan

piutang pelanggan, tetapi selain itu masih banyak sumber-sumber yang dapat menimbulkan piutang.

Adapun menurut Sirait (1999:324) piutang itu sendiri di klasifikasikan dalam tiga macam, yaitu:

a. Piutang Usaha

Transaksi paling umum yang menimbulkan piutang adalah penjualan secara kredit, baik barang maupun jasa. Piutang usaha ini normalnya diperkirakan akan tertagih dalam waktu yang relatif pendek, misalnya 21 atau 45 hari. Piutang usaha dalam neraca diklasifikasikan sebagai aktiva lancar.

b. Wesel Tagih

Wesel tagih adalah jumlah yang terutang bagi pelanggan di saat perusahaan telah menerbitkan surat utang yang bersifat formal. Jika wesel tagih diperkirakan akan tertagih dalam setahun, maka bisa diklasifikasikan dalam neraca sebagai aktiva lancar. Wesel tagih ini biasanya digunakan untuk periode kredit lebih dari 60 hari.

c. Piutang Lain-lain

Piutang lain-lain biasanya ditampilkan secara terpisah dalam neraca. Jika piutang lain-lain ini diperkirakan akan tertagih dalam kurun waktu satu tahun, maka piutang lain-lain tersebut diklasifikasikan sebagai aktiva lancar. Namun, jika piutang lain-lain ini diperkirakan tertagih lebih dari satu tahun, maka piutang lain-lain tersebut diklasifikasikan sebagai aktiva tidak lancar dan dilaporkan di bawah judul investasi. Piutang lain-lain ini meliputi piutang bunga, piutang pajak, dan piutang dari pejabat atau karyawan perusahaan.

2.1.4 Sistem Pengendalian Piutang

Piutang dalam penelitian ini adalah piutang yang timbul karena adanya penjualan secara kredit. Piutang merupakan hal yang sangat penting bagi setiap perusahaan. Demi mempertahankan bahkan meningkatkan volume penjualannya, setiap perusahaan berusaha untuk mempertahankan pelanggan-pelanggannya bahkan menarik pelanggan-pelanggan baru dengan “*credit term*” atau persyaratan-persyaratan kredit yang lunak. Sekalipun



antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lainnya mempunyai persyaratan yang tidak jauh berbeda, tetapi supplier sering memberikan “*credit term*” atau persyaratan-persyaratan kredit yang lebih lunak terhadap pelanggan-pelanggan tertentu yang mempunyai sistem pembayaran yang baik guna mempertahankan pelanggan tersebut untuk tetap menjadi pelanggan yang setia.

Penjualan kredit pada akhirnya akan menimbulkan piutang kepada pelanggan. Pada kenyataannya, dalam pengumpulan piutang ini seringkali tidak tepat pada waktu yang telah ditetapkan. Akan tetapi, sebagian besar piutang-piutang tersebut diperkirakan dan dianalisa akan terkumpul dalam kurun waktu kurang dari setahun. Dengan alasan tersebut maka piutang digolongkan dalam komponen aktiva lancar perusahaan.

Piutang adalah hal yang perlu dikendalikan dengan cara yang seefisien mungkin. Prosedur dan cara pengendalian yang tepat terhadap piutang ini, harus tetap menjaga relasi yang baik dengan para pelanggan.

Menurut Syamsuddin (2001:256) terdapat tiga aspek penting dari piutang:

2.1.4.1 Kebijakan Kredit

Kebijakan kredit adalah merupakan pedoman yang ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan apakah kepada seorang langganan akan diberikan kredit dan kalau diberikan berapa banyak atau berapa jumlah kredit yang akan diberikan tersebut. Perusahaan-perusahaan tidak hanya mementingkan penentuan standard-kredit yang diberikan tetapi juga



penerapan standard tersebut secara tepat dalam membuat keputusan-keputusan kredit.

Sumber-sumber informasi dan analisa-analisa kredit merupakan suatu hal yang penting bagi keberhasilan manajemen piutang perusahaan. Penerapan yang tidak tepat dari kebijaksanaan kredit tidak akan memberikan hasil yang optimal bagi perusahaan.

a.) Standard kredit

Standard kredit dari suatu perusahaan didefinisikan sebagai kriteria minimum yang harus dipenuhi oleh seorang pelanggan sebelum dapat diberikan kredit. Hal-hal seperti nama baik pelanggan sehubungan dengan kredit ataupun pembayaran utang-utang dagangnya baik kepada perusahaan sendiri maupun kepada perusahaan-perusahaan lain, referensi-referensi kredit, rata-rata jangka waktu pembayaran utang dagang dan beberapa ratio finansial tertentu dari perusahaan pelanggan. Jika perusahaan bermaksud mengubah standard kredit yang diterapkan, maka harus mempertimbangkan:

Biaya-biaya administrasi

Semakin lunak standard kredit, maka semakin bertambah biaya-biaya administrasi yang timbul.

Investasi dalam piutang

Perlunakkan standard kredit akan memperbesar “*carring cost*” dan meningkatkan volume penjualan sehingga akan memperbesar rata-rata piutang.



Kerugian piutang (*Bad debt expenses*)

Kerugian piutang (*Bad debt expenses*) akan semakin meningkat dengan diperlunaknya standard kredit.

Volume penjualan

Dengan diadakannya perubahan standard kredit yang lebih lunak, diharapkan akan meningkatkan volume penjualan. Berikut tabel pengaruh dari perlunakan standard kredit:

Tabel 2.1

Pengaruh perlunakan standard kredit atas keuntungan perusahaan dan perubahan yang ditimbulkan

Keterangan	Perubahan Naik (N) atau Turun (T)	Pengaruh atas keuntungan positif (+) atau negatif (-)
Volume penjualan	N	+
Rata-rata pengumpulan piutang	N	-
Kerugian piutang	N	-

Sumber: Syamsuddin, Lukman (2001:259)

b.) Tambahan keuntungan yang diperoleh dari peningkatan penjualan

Tambahan keuntungan yang diperoleh dapat dihitung dengan mengalikan peningkatan penjualan dengan kontribusi keuntungan per unit.



c.) Biaya investasi marginal dalam piutang

Biaya investasi marginal dalam piutang dapat ditentukan dengan jalan menghitung selisih antara biaya (*carrying costs*) sebelum dan sesudah diadakan perubahan standard kredit. Biaya-biaya tersebut dapat dihitung dengan menggunakan pendekatan sebagai berikut:

Menghitung rata-rata piutang:

$$\text{Account receivable turnover} = \frac{\text{Penjualan kredit pertahun}}{\text{Rata-rata piutang}}$$

Menghitung investasi rata-rata dalam piutang:

$$\text{Investasi rata-rata} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Tingkat perputaran piutang}}$$

Menghitung biaya investasi marginal dalam piutang

$$\text{Investasi marginal} = \text{investasi rencana} - \text{investasi rata-rata}$$

d.) Keputusan atas standard kredit

Dalam rangka memutuskan apakah perusahaan harus melunakkan standard kredit yang diberikan maka harus dibandingkan tambahan keuntungan yang diperoleh dengan biaya-biaya investasi marginal dalam piutang.

Jika keuntungan tambahan yang diperoleh lebih besar maka perusahaan dapat mengubah standard kredit yang telah diterapkan. Namun apabila keuntungan yang diperoleh lebih kecil daripada biaya-biaya investasi marginal dalam piutang, maka perusahaan sebaiknya tidak mengubah standard kredit yang telah diterapkan.



e.) Analisa kredit

Jika perusahaan telah menetapkan apakah standard kredit yang telah diterapkan akan diubah atau tidak, maka perusahaan harus menilai pelanggan mana yang akan diberikan kredit lunak setelah penilaian berdasarkan 5 K atau 5 C seperti yang telah dijelaskan di awal.

2.1.4.2 Persyaratan Kredit (*Credit Term*)

Persyaratan kredit atau *credit term* menunjuk kepada termin pembayaran yang disyaratkan kepada para pelanggan yang membeli secara kredit, misalnya : 2/10 net 30 artinya pembeli akan menerima potongan tunai/*cash discount* sebesar 2% apabila pembayaran kredit dilakukan dalam waktu paling lama 10 hari setelah awal periode kredit. Apabila pembeli tidak mengambil potongan tunai yang ditawarkan (tidak membayar dalam waktu 10 hari) maka keseluruhan jumlah utangnya harus dibayar dalam waktu paling lambat 30 hari sesudah awal periode kredit.

Menurut Syamsuddin (2001:266) persyaratan kredit atau *credit term* meliputi tiga hal yang apabila terdapat perubahan dari tiga hal tersebut akan membawa pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, yaitu:

a.) Potongan tunai

Apabila perusahaan memberikan atau memperbesar potongan tunai dalam penjualan kredit yang dilakukan maka dapat diperkirakan akan terjadi perubahan-perubahan sebagai berikut:



Tabel 2.2**Pengaruh pemberian potongan tunai pada penjualan kredit**

Keterangan	Perubahan Naik (N) atau Turun (T)	Pengaruh atas keuntungan positif (+) atau negatif (-)
Volume penjualan	N	+
Rata-rata pengumpulan piutang	T	+
Kerugian piutang	T	+
Keuntungan perunit	T	-

Sumber: Syamsuddin, Lukman. (2001:266)

Volume penjualan akan meningkat karena adanya potongan tunai untuk pembayaran yang dilakukan dalam periode potongan tunai sehingga harga dari produk yang dibeli oleh pelanggan akan lebih murah. Apabila permintaan terhadap produk perusahaan cukup elastis, maka penurunan harga tersebut akan diikuti oleh meningkatnya permintaan disertai volume penjualan.

Rata-rata pengumpulan piutang juga diharapkan akan menurun karena pembeli yang awalnya tidak mengambil/mendapatkan potongan tunai, menjadi mendapatkan potongan tunai. Hal ini berarti pembayaran yang lebih awal dan dengan demikian jangka waktu rata-rata pengumpulan piutang akan berkurang.

Demikian halnya dengan kerugian piutang, semakin banyak pelanggan yang mengambil potongan tunai yang ditawarkan maka



probabilitas dari kerugian piutang atau *bad debt expenses* akan semakin meningkatkan keuntungan perusahaan.

Aspek negatif dari adanya potongan tunai adalah menurunnya keuntungan perunit dari produk yang dijual apabila semakin banyak pembeli yang mengambil potongan tunai yang ditawarkan tersebut yang berarti menurunnya dari produk yang dijual.

b.) Periode potongan tunai

Pengaruh dari adanya perubahan dalam periode potongan tunai akan tergambar dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.3
Pengaruh periode potongan tunai yang diperpanjang pada penjualan kredit

Keterangan	Perubahan Naik (N) atau Turun (T)	Pengaruh atas keuntungan positif (+) atau negatif (-)
Volume penjualan	N	+
Rata-rata pengumpulan piutang dari pembeli yang awalnya tidak mengambil potongan tunai menjadi membayar lebih awal (mengambil potongan tunai)	T	+
Rata-rata pengumpulan piutang dari pembeli yang awalnya mengambil potongan tunai tetap mengambil potongan tunai tetapi membayar lebih lambat	N	-
Kerugian piutang/ <i>bad debt expenses</i>	T	+
Keuntungan perunit	T	-

Sumber: Syamsuddin, Lukman. (2001:269)



Dalam menentukan akibat yang sebenarnya dari adanya perubahan periode potongan tunai terdapat dua faktor yang mempengaruhi rata-rata pengumpulan piutang.

Pertama, apabila periode potongan tunai diperpanjang maka akan berpengaruh positif atas keuntungan perusahaan karena pembeli-pembeli yang awalnya tidak mengambil potongan tunai yang ditawarkan oleh perusahaan pada akhirnya mengambil potongan tunai tersebut sehingga akan menurunkan jangka waktu rata-rata pengumpulan piutang.

Kedua, periode potongan tunai tersebut akan membawa efek negatif atas keuntungan perusahaan karena dengan adanya perpanjangan periode potongan tunai tersebut maka pembeli-pembeli yang awalnya sudah mengambil potongan tunai pada akhirnya membayar lebih lambat namun tetap memperoleh potongan tunai sehingga memperlambat rata-rata pengumpulan piutang.

Namun, apabila perusahaan memperpendek periode potongan tunai maka yang terjadi adalah sebaliknya yaitu akan memperlambat rata-rata pengumpulan piutang karena pembeli membayar dalam jangka waktu yang lebih lama.

c.) Periode kredit

Perubahan periode kredit akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Pengaruh apabila perusahaan memperpanjang periode kredit dapat dilihat pada tabel berikut:



Tabel 2.4

Pengaruh perpanjangan periode kredit

Keterangan	Perubahan Naik (N) atau Turun (T)	Pengaruh atas keuntungan positif (+) atau negatif (-)
Volume penjualan	N	+
Rata-rata pengumpulan piutang	N	-
Kerugian piutang/ <i>bad debt</i>	N	-

Sumber: Syamsuddin, Lukman. (2001:270)

Perpanjangan periode kredit akan meningkatkan volume penjualan, akan tetapi baik rata-rata pengumpulan piutang maupun kerugian piutang atau *bad debt expenses* juga akan meningkat.

Dengan demikian, peningkatan volume penjualan akan mempunyai pengaruh yang positif atas keuntungan perusahaan. Sedangkan peningkatan rata-rata pengumpulan piutang dan kerugian piutang akan membawa pengaruh yang negatif bagi keuntungan perusahaan.

d.) Kerugian piutang

Faktor yang terpenting apabila kerugian piutang dimasukkan dalam analisa adalah bahwa “*unit cost* dan kerugian piutang adalah sama dengan harga jual per unit.”

2.1.4.3 Kebijakan Pengumpulan Piutang

Kebijakan pengumpulan piutang suatu perusahaan merupakan prosedur yang harus diikuti dalam hal mengumpulkan piutang-piutangnya



bilamana sudah jatuh tempo. Keefektifan perusahaan dalam menerapkan kebijaksanaan pengumpulan piutang-piutangnya dapat dilihat dari jumlah kerugian piutang atau *bad debt expenses*, karena jumlah piutang yang dianggap sebagai kerugian tersebut tidak hanya tergantung pada kebijaksanaan pengumpulan piutang tetapi juga pada kebijaksanaan-kebijaksanaan penjualan kredit yang diterapkan.

Apabila jumlah kerugian piutang tetap konstan dalam hubungannya dengan kebijaksanaan penjualan kredit yang diberikan, maka semakin besar jumlah pengeluaran-pengeluaran untuk mengumpulkan piutang akan dapat mengurangi *bad debt expenses* yang diderita oleh perusahaan. Sehubungan dengan hal tersebut maka setiap perusahaan harus menetapkan suatu jumlah “optimal” dari pengeluaran-pengeluaran untuk mengumpulkan piutang tersebut ditinjau dari sudut pandang untung ruginya bagi perusahaan (*cost-benefit viewpoint*).

Semakin intensif usaha-usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengumpulkan piutang-piutangnya maka akibat-akibat yang diharapkan sebagai berikut :



Tabel 2.5

Pengaruh kebijaksanaan pengumpulan piutang

Keterangan	Perubahan Naik (N) atau Turun (T)	Pengaruh atas keuntungan positif (+) atau negatif (-)
Kerugian piutang	T	+
Rata-rata pengumpulan piutang	T	+
Volume penjualan	0 atau T	Tetap atau -
Pengeluaran-pengeluaran untuk pengumpulan piutang	N	-

Sumber: Syamsuddin, Lukman. (2001:273)

Dengan bertambahnya pengeluaran-pengeluaran untuk pengumpulan piutang, maka diharapkan dapat menurunkan jumlah kerugian piutang atau *bad debt expenses* serta lama rata-rata pengumpulan piutang. Akan tetapi dalam strategi ini memerlukan biaya pengumpulan piutang yang lebih besar dan mengakibatkan turunnya volume penjualan.

Setiap perusahaan harus berhati-hati dalam usaha-usaha mengumpulkan piutang dari para pelanggan. Apabila pelanggan tidak dapat membayar tepat pada waktu yang telah ditetapkan, sebaiknya perusahaan menunggu sampai batas waktu tertentu yang dianggap wajar sampai pada akhirnya menerapkan prosedur-prosedur pengumpulan piutang yang lebih ketat.

Sejumlah teknik pengumpulan piutang yang biasanya diterapkan oleh perusahaan apabila pelanggan belum menjalankan kewajiban-kewajibannya dalam batas waktu tertentu adalah sebagai berikut :





a.) Melalui surat

Apabila jatuh tempo pembayaran hutang pelanggan telah lewat beberapa hari tetapi pelanggan belum melakukan kewajibannya maka perusahaan dapat mengirimkan surat dengan nada “mengingatkan (menegur)” kepada pelanggan mengenai hutangnya yang telah jatuh tempo agar segera melunasinya.

b.) Melalui telepon

Apabila setelah dikirimkan surat teguran mengenai hutang pelanggan yang telah jatuh tempo ternyata hutang-hutangnya belum juga dibayar, bagian penagihan dapat langsung menelpon pelanggan. Namun, jika melalui pembicaraan tersebut ternyata pelanggan mempunyai alasan yang dapat diterima oleh perusahaan, maka perusahaan dapat memberikan perpanjangan pembayaran sampai batas waktu yang telah disepakati.

c.) Kunjungan personal

Teknik pengumpulan piutang dengan cara kunjungan personal merupakan cara yang cukup efektif.

d.) Tindakan yuridis

Apabila cara-cara tersebut di atas telah dilakukan namun pelanggan tetap tidak membayar hutang-hutangnya, maka perusahaan dapat menggunakan tindakan hukum dengan mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan.

2.1.5 Tingkat Perputaran Piutang

Piutang usaha merupakan elemen modal kerja yang harus selalu dijaga perputarannya agar modal kerja perusahaan tetap dalam keadaan lancar. Semakin lama batas waktu kredit yang diberikan kepada pelanggan maka semakin lama pula modal kerja yang didapatkan yang berarti tingkat perputaran piutangnya juga semakin rendah.

Perputaran piutang dapat ditingkatkan dengan jalan memperketat kebijaksanaan penjualan kredit, misalnya dengan jalan memperpendek waktu pembayaran. Tetapi kebijaksanaan seperti ini cukup sulit untuk diterapkan karena dengan semakin ketatnya kebijaksanaan penjualan kredit, kemungkinan besar volume penjualan akan menurun sehingga hal tersebut bukannya membawa kebaikan bagi perusahaan tetapi justru sebaliknya.

Tinggi ataupun rendahnya tingkat perputaran piutang menunjukkan kualitas piutang perusahaan dan kesuksesan perusahaan dalam mengumpulkan piutang usaha tersebut. Semakin tinggi tingkat perputaran piutang suatu perusahaan maka semakin cepat piutang tersebut berubah menjadi kas sehingga dapat digunakan kembali sebagai modal kerja dan resiko kerugian piutang dapat diminimalkan.

Menurut Syamsuddin (2001:49), tingkat perputaran piutang dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Account receivable turnover} = \frac{\text{Annual credit sales}}{\text{Average account receivable}}$$



atau

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit Bersih Setahun}}{\text{Rata-rata Piutang}}$$

2.1.6 Umur rata-rata piutang (*The Average Age of Account Receivable*)

Syamsuddin (2001:50) menyatakan bahwa:

“Umur rata-rata piutang atau dikenal juga dengan umur rata-rata pengumpulan piutang (*Average collection period*) adalah merupakan suatu alat yang sangat penting di dalam menilai kebijaksanaan penjualan kredit dan pengumpulan piutang.”

Perhitungan umur rata-rata piutang dapat dilakukan sebagai berikut:

$$\text{Average age of account receivable} = \frac{360}{\text{Account receivable turnover}}$$

Atau

$$\text{Umur rata-rata piutang} = \frac{360}{\text{Perputaran piutang}}$$

Hari rata-rata pengembalian piutang digunakan untuk menilai efisiensi pengumpulan piutang. Untuk menilai efisiensi piutang maka perlu diperbandingkan dengan syarat pembayarannya.

Umur rata-rata piutang hanya berarti jika dihubungkan dengan kebijaksanaan penjualan kredit yang diterapkan. Jika perusahaan menetapkan jangka waktu kredit 30 hari kepada para pelanggannya, maka umur rata-rata piutang sebesar 55 hari menunjukkan kurang baiknya usaha/manajemen pengumpulan piutang. Tetapi apabila sebaliknya, jika



batas waktu kredit ditetapkan 60 hari, maka umur rata-rata piutang sebesar 55 hari menunjukkan manajemen kredit/pengumpulan piutang yang baik.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hari rata-rata pengembalian piutang belum efisien jika hari tersebut lebih besar daripada syarat pembayarannya.

Dibandingkan dengan perputaran piutang (*account receivable turnover*), maka penerapan umur rata-rata piutang adalah lebih baik di dalam menilai kebijaksanaan penjualan kredit yang diterapkan. Disamping cara perhitungan di atas, umur rata-rata piutang dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Average age of account receivable} = \frac{360 \times \text{average account receivable}}{\text{Annual credit sales}}$$

Atau

$$\text{Umur rata-rata piutang} = \frac{360 \times \text{rata-rata piutang}}{\text{Penjualan kredit}}$$

2.1.7 Pengendalian Piutang

Dalam upaya meningkatkan volume penjualan, pada umumnya perusahaan melakukan penjualan secara kredit yang berakibat timbulnya piutang. Oleh karena itu perlu diadakannya pengendalian terhadap piutang tersebut. Adapun pengendalian piutang yang banyak digunakan adalah menggunakan metode *aging schedule*, buku pembantu piutang, dan konfirmasi piutang.

Aging schedule adalah daftar mengenai piutang dagang dalam kelompok umur yang berbeda. Kelompok umur disini merupakan periode



waktu dimana piutang dagang terjadi sejak waktu penjualan. Berikut contoh *aging schedule* :

Tabel 2.6

Contoh *Aging schedule*

NAMA PELANGGAN	NOMINAL	UMUR PIUTANG		
		< 30 HARI	31 - 45 HARI	> 46 HARI
PT. BINA	1,000	500	350	150
CV. DEPO	850	600		250
APOTEK CRYSTAL	760		700	60
dst				

Buku pembantu piutang adalah daftar mutasi piutang setiap pelanggan untuk memudahkan dalam menganalisa piutang setiap pelanggan.

Konfirmasi piutang adalah permintaan konfirmasi dari perusahaan kepada pelanggan mengenai saldo piutang yang dilaporkan. Ada dua bentuk konfirmasi, yaitu :

- Konfirmasi positif, yaitu konfirmasi yang meminta pelanggan untuk memberi jawaban, baik jumlah yang tercantum dalam konfirmasi itu disetujui atau tidak oleh pelanggan.
- Konfirmasi negative, yaitu konfirmasi yang meminta pelanggan untuk memberi jawaban hanya jika jumlah yang tercantum dalam konfirmasi tidak oleh pelanggan.

2.1.8 Pengertian Rasio Keuntungan (*Profitability Ratio*)

Martono dan Harjito (2002:95) menyatakan bahwa pengertian Rasio keuntungan (*Profitabilitas ratio*) sebagai berikut:



“Rasio keuntungan (*Profitabilitas ratio*) atau rentabilitas, yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari penggunaan modalnya.”

Sedangkan menurut Eugene dan Houston yang diterjemahkan oleh Yulianto (2009:107) menyatakan bahwa:

“Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan. Rasio profitabilitas (*profitability ratio*) akan menunjukkan kombinasi efek dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang-utang pada hasil-hasil operasi.”

Adapun manfaat dari rasio profitabilitas adalah:

- a. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- b. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.9 Pengukuran Tingkat Profitabilitas

Pengukuran terhadap profitabilitas perusahaan terdapat tiga cara yang mana pengukuran tersebut dihubungkan dengan volume penjualan, total aktiva, dan modal. Pada ketiga pengukuran tersebut, perusahaan



memungkinkan menganalisa untuk evaluasi tingkat *earning* dalam hubungannya dengan volume penjualan, jumlah aktiva, dan investasi tertentu dari pemilik perusahaan.

Profitabilitas sangat perlu untuk terus dianalisa karena suatu perusahaan harus terus berada dalam keadaan yang menguntungkan/*profitable* demi kelangsungan hidup perusahaannya. Tanpa adanya keuntungan, akan sangat sulit bagi perusahaan menarik para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Keuntungan/*profitable* harus terus ditingkatkan karena disadari betul bahwa keuntungan/*profitable* sangat berarti bagi kehidupan setiap perusahaan.

Terdapat tiga ratio pengukuran profitabilitas dalam hubungannya dengan volume penjualan yang biasa digunakan, dimana hal ini sebenarnya dapat langsung dilihat dari laporan L/R dalam bentuk persentase. Ratio-ratio tersebut adalah:

a.) *Gross Profit Margin (GPM)*

Martono dan Harjito (2002:59) menyatakan bahwa:

“*Gross profit margin* merupakan perbandingan penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan dengan penjualan bersih atau rasio antara laba kotor dengan penjualan bersih.”

Sedangkan Syamsuddin (2001:61) menyatakan bahwa:

Gross profit margin merupakan persentase dari laba kotor (*sales – cost of goods sold*) dibandingkan dengan *sales*. Semakin besar *gross profit margin*, semakin baik keadaan operasional perusahaan, karena hal ini menunjukkan bahwa *cost of goods sold* relatif lebih rendah dibandingkan dengan *sales*. Demikian pula sebaliknya, semakin rendah

gross profit margin, semakin kurang baik operasional perusahaan. *Gross profit margin* dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{GPM} = \frac{\text{Sales} - \text{costs of goods sold}}{\text{Sales}}$$

Atau

$$\text{GPM} = \frac{\text{Penjualan} - \text{HPP}}{\text{Penjualan}}$$

Apabila hasil dalam bentuk persentase:

$$\text{GPM} = \frac{\text{Gross profit}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Atau

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

b.) *Operating Profit Margin*

Ratio ini menggambarkan apa yang biasanya disebut “*pure profit*” yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan. *Operating profit* disebut murni (*pure*) dalam pengertian bahwa jumlah tersebutlah yang benar-benar diperoleh dari hasil operasional perusahaan dengan mengabaikan kewajiban-kewajiban finansial berupa bunga serta kewajiban terhadap pemerintah berupa pembayaran pajak.

Seperti halnya *gross profit margin*, semakin tinggi ratio *operating profit margin*, maka semakin baik pula operasional suatu perusahaan.

Operating profit margin dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{OPM} = \frac{\text{Operating profit}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Atau

$$\text{OPM} = \frac{\text{Laba operasional}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$



c.) *Net Profit Margin (NPM)*

Martono dan Harjito (2002:59) menyatakan bahwa:

“Merupakan keuntungan penjualan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan. Margin ini menunjukkan perbandingan laba bersih setelah pajak dengan penjualan.”

Sedangkan Syamsuddin (2001:62) berpendapat bahwa:

Net profit margin (NPM) merupakan ratio antara laba bersih (*net profit*) yaitu penjualan sesudah dikurangi dengan seluruh *expenses* termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Semakin tinggi *net profit margin* (NPM), semakin baik operasi suatu perusahaan. Suatu *net profit margin* (NPM) yang dikatakan “baik” akan sangat tergantung dari jenis industri di dalam mana perusahaan berusaha.

Kalkulasi mengenai *net profit margin* (NPM) adalah sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{Net profit after taxes}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

Atau

$$NPM = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

2.1.10 Analisa Perubahan Kebijakan Kredit

Penjualan kredit terbagi atas dua jenis, yaitu penjualan secara tunai dan penjualan secara kredit. Pada penjualan kredit terdapat standard kredit yang harus ditentukan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Setiap perubahan kebijakan kredit harus dianalisis dengan baik agar dapat menjadi bahan evaluasi perusahaan. Ada dua cara dalam analisa perubahan kebijakan kredit, yaitu:



a. Pendekatan Laporan Laba Rugi

Pada pendekatan laporan laba rugi, membandingkan dampak perubahan kebijakan kredit pada laba bersih usaha.

b. Analisa incremental

Incremental cost adalah tambahan biaya yang terjadi jika suatu alternative yang berkaitan dengan perubahan kebijakan kredit diambil. *Incremental sales* adalah tambahan volume penjualan yang terjadi jika suatu alternative yang berkaitan dengan perubahan kebijakan kredit diambil.

Analisa incremental adalah analisa perbandingan alternative dengan mempertimbangkan selisih *incremental sales* dengan selisih *incremental cost* yang didefinisikan sebagai *incremental profit*. Rumus yang digunakan dalam analisa incremental adalah :

1. Perubahan investasi pada piutang (ΔI)

Rumus untuk ΔI ada dua macam, yaitu :

a.) Rumus untuk ΔI jika penjualan naik

$$\Delta I = [(DSO_N - DSO_O) (S_O / 360)] + V [(DSO_N) (S_N - S_O) / 360]$$

b.) Rumus untuk ΔI jika penjualan turun

$$\Delta I = [(DSO_N - DSO_O) (S_N / 360)] + V [(DSO_O) (S_N - S_O) / 360]$$

Apabila ΔI bernilai positif berarti piutang yang terkumpul lebih lama dibandingkan waktu terkumpulnya piutang pada periode sebelumnya. Hal ini berakibat biaya untuk mendanai piutang juga meningkat sehingga modal perusahaan terhambat pada piutang – piutang yang belum tertagih.





Apabila ΔI bernilai negatif berarti piutang yang terkumpul lebih cepat dibandingkan waktu terkumpulnya piutang pada periode sebelumnya. Hal ini berakibat menurunnya biaya untuk mendanai piutang sehingga modal perusahaan dapat segera berputar untuk kegiatan operasional perusahaan.

2. Perubahan laba sebelum pajak (ΔP)

Rumus untuk ΔP adalah

$$\Delta P = (S_N - S_O)(1 - V) - k(\Delta I) - (B_N S_N - B_O S_O) - (D_N S_N P_N - D_O S_O P_O)$$

Apabila ΔP bernilai positif berarti perubahan kebijakan kredit diperkirakan menambah laba bagi perusahaan sehingga rencana perubahan kebijakan kredit layak untuk dijalankan.

Apabila ΔP bernilai negatif berarti perubahan kebijakan kredit diperkirakan membawa kerugian bagi perusahaan sehingga rencana perubahan kebijakan kredit tidak layak untuk dijalankan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini terdapat dua jurnal penelitian sebagai berikut:

- a.) Penelitian yang dilakukan oleh Gita Ganesha Putri, mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makasar, 2012. Adapun judul penelitian tersebut adalah “Penerapan Kebijakan Manajemen Piutang dan Pengaruhnya terhadap *Cash Ratio*, *Net Profit Margin*, dan *Earning Power* pada PT. Angkasa Pura I (Persero) Cabang Bandar Udara Sultan Hasanuddin Makasar” dengan hasil penelitian sebagai berikut:

Piutang merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan. Piutang timbul karena terjadinya suatu transaksi penjualan secara kredit dengan tujuan utama meningkatkan perolehan laba bagi perusahaan. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa pembayaran dan pelunasan piutang sangat erat sekali dengan jangka waktu. Oleh karena itu piutang merupakan harta perusahaan yang berada di tangan orang lain yang



mampu mendongkrak perolehan laba sekaligus memiliki resiko tertentu. Untuk itulah suatu perusahaan dituntut lebih untuk berhati-hati dalam mengelola piutangnya, baik dalam pemberian maupun penagihan.

Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen, juga data sekunder berupa laporan keuangan periode 2001-2010 dan data deskriptif lainnya. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis linier regresi berganda pada tingkat signifikansi $\alpha=5\%$. Pengujian linier ini menggunakan program SPSS versi 16.00.

Adapun rasio yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a.1 Rasio perputaran piutang
- a.2 Rata-rata pengumpulan piutang
- a.3 *Cash ratio*
- a.4 *Net profit margin*
- a.5 *Return on investment*

Hasil perhitungan dan analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Average Collection Period* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Cash Ratio*. Sebaliknya, *Average Collection Period* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Net Profit Margin* dan *Return on Investment*.

Persamaan:

- Sama-sama membahas tentang pengaruh manajemen piutang

Perbedaan:

- Subyek penelitian berbeda
- Obyek penelitian berbeda
- Variabel penelitian berbeda

- b.) Penelitian yang dilakukan oleh Rahmat Agus Santoso, mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik, 2008. Adapun judul penelitian tersebut adalah “Pengaruh Perputaran Piutang dan Pengumpulan Piutang terhadap Likuiditas Perusahaan pada CV. Bumi Sarana Jaya di Gresik” dengan hasil penelitian sebagai berikut:

CV. Bumi Sarana Jaya merupakan salah satu perusahaan yang berkembang dengan menerapkan sistem pembayaran kredit 75% dan sistem pembayaran tunai 25%, dimana CV. Bumi Sarana Jaya tidak membuat kebijakan jatuh tempo yang pasti dan tanpa adanya sanksi keterlambatan pembayaran yang jelas sehingga perputaran piutang dan pengumpulan piutang menjadi lambat.

Pada penelitian ini menggunakan variabel terikat yaitu likuiditas dan variabel bebas yaitu perputaran piutang dan pengumpulan piutang. Adapun pengujian hipotesis yang berkenaan dengan study ini adalah sebagai berikut:

b.1 Pengujian hipotesis secara simultan

b.2 Pengujian hipotesis secara parsial

Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa perputaran dan pengumpulan piutang berpengaruh signifikan terhadap likuiditas perusahaan CV. Bumi Sarana Jaya yaitu sebesar 96,10%. Sedangkan secara parsial, variabel perputaran piutang dan pengumpulan piutang berpengaruh terhadap likuiditas perusahaan CV. Bumi Sarana Jaya dengan pengaruh dominan yang ditimbulkan sebesar 94,87%.

Persamaan:

- Sama-sama membahas manajemen piutang

Perbedaan:

- Subyek penelitian berbeda
- Obyek penelitian berbeda
- Variabel penelitian berbeda

2.3 Rerangka Pemikiran

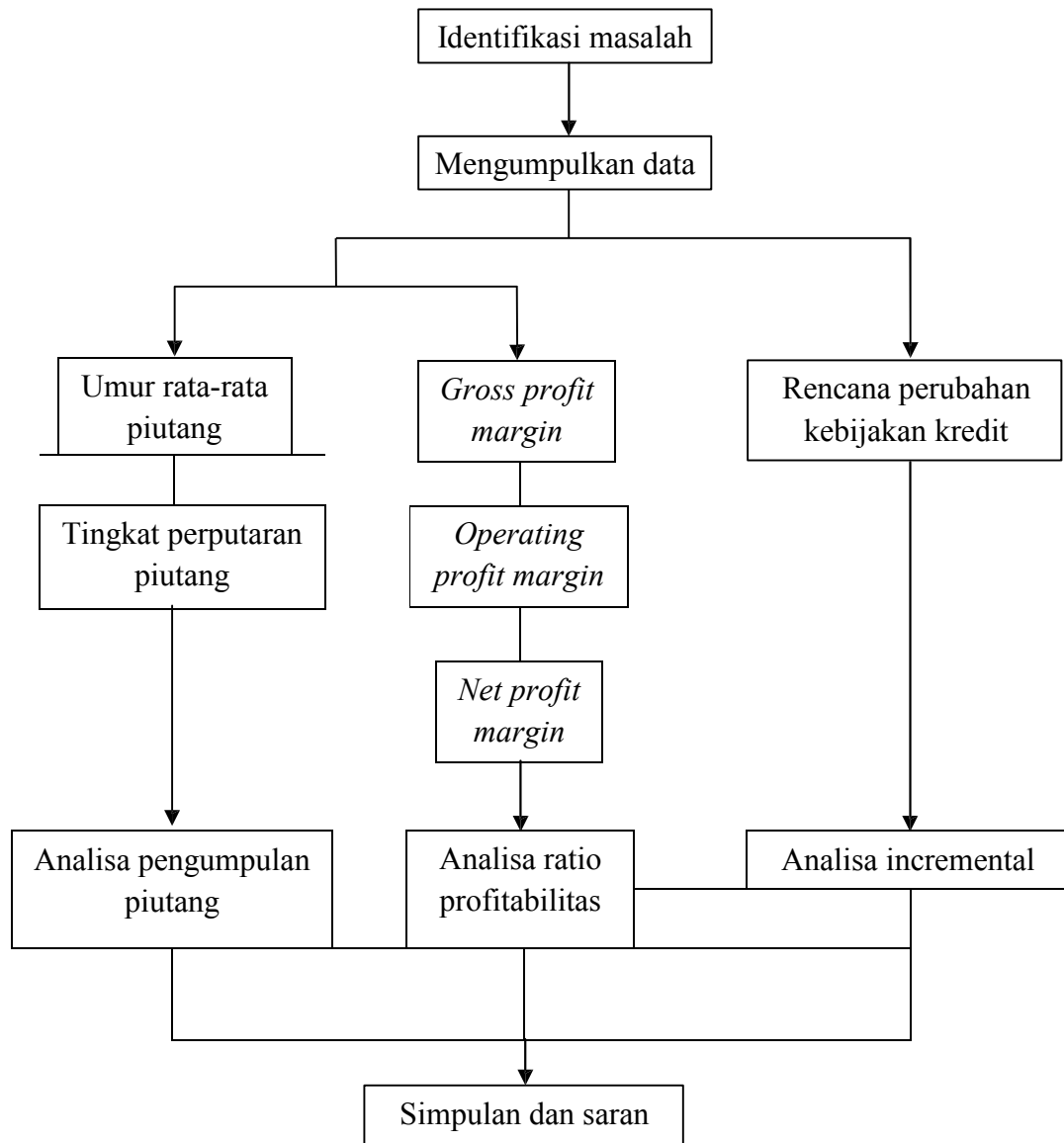
Dalam penelitian ini, penulis akan menganalisa perubahan kebijakan kredit terhadap profitabilitas pada PT. Gunung Mas Jaya Sentosa Surabaya untuk mengetahui apakah kebijakan kredit yang dilakukan selama ini menguntungkan perusahaan atau tidak dan untuk mengambil kebijakan kredit yang baru dengan menggunakan analisa incremental. Adapun dalam analisa incremental, dapat dievaluasi kebijakan kredit yang telah diambil sebelumnya guna perencanaan kebijakan kredit yang baru. Dengan adanya perhitungan tersebut, akan membantu pihak manajemen dalam mengambil keputusan yang tepat guna kemajuan PT. Gunung Mas Jaya Sentosa Surabaya.



Berikut ini skema rerangka pemikiran penelitiannya.

Gambar 2.3

Kerangka penelitian



(Sumber : diolah peneliti)





BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah PT. Gunung Mas Jaya Sentosa Surabaya yang merupakan perusahaan swasta yang bergerak di bidang farmasi/obat-obatan dan alat kesehatan selaku importir, eksportir, dan distributor guna pemenuhan kebutuhan obat maupun alat kesehatan baik dalam negeri maupun luar negeri. PT. Gunung Mas Jaya Sentosa beralamat di Jalan Kedungdoro 111-A Surabaya.

3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis data, yaitu sumber data primer dan sekunder.

1. Sumber Data Primer

Penelitian ini menggunakan sumber data primer, yaitu data yang didapat dari hasil wawancara dengan pihak perusahaan.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari arsip-arsip keuangan perusahaan, yaitu laporan laba rugi dan neraca.

3.3 Variabel Penelitian

a. Pengumpulan Piutang

Adalah proses pengumpulan terhadap piutang usaha yang timbul akibat dari penjualan secara kredit menjadi kas perusahaan.

b. Profitabilitas

Adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari modal yang dimiliki untuk tercapainya tujuan perusahaan.

3.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1. Pengumpulan Piutang

Pengumpulan piutang pada penelitian ini dinilai dengan menggunakan *Average Age of Account Receivable* atau umur rata-rata piutang dan *Account Receivable Turnover* atau tingkat perputaran piutang.

Average Age of Account Receivable atau umur rata-rata piutang adalah rata-rata hari pengumpulan piutang yang mana digunakan untuk menilai efisiensi piutang. Semakin lama *Average Age of Account Receivable*, maka semakin lama modal yang terkumpul sehingga operasional perusahaan menjadi lambat dan mengurangi profit perusahaan.

Account Receivable Turnover atau tingkat perputaran piutang menggambarkan berapa kali piutang tersebut timbul sampai kembali menjadi kas perusahaan. Semakin tinggi tingkat perputaran piutang maka semakin baik kebijakan pengumpulan piutang perusahaan tersebut.



3.4.2. Profitabilitas

Profitabilitas pada penelitian ini dinilai dengan menggunakan *Gross Profit Margin*, *Operating Profit Margin*, dan *Net Profit Margin*.

Gross Profit Margin merupakan persentase dari laba kotor dibandingkan dengan penjualan. *Operating Profit Margin* menggambarkan laba yang diperoleh dari hasil operasional perusahaan sebelum dikurangi pajak penghasilan. *Net Profit Margin* menggambarkan laba bersih setelah dikurangi pajak penghasilan. Yang mana apabila *Gross Profit Margin*, *Operating Profit Margin*, dan *Net Profit Margin* semakin besar menunjukkan semakin baiknya operasi suatu perusahaan.

3.5 Metode dan Teknis Analisis Data

Pada penelitian ini, rencana perubahan kredit pada tahun 2012 menggunakan analisa incremental dalam menganalisa perubahan kebijakan kredit pada PT. Gunung Masa Jaya Sentosa Surabaya. Adapun rumus-rumus dasar yang dipergunakan dalam analisa incremental adalah:

ΔI : yaitu perubahan investasi pada piutang

ΔP : yaitu perubahan laba sebelum pajak

Rumus untuk ΔI ada dua macam, yaitu :

c.) Rumus untuk ΔI jika penjualan naik

$$\Delta I = [(DSO_N - DSO_O) (S_O / 360)] + V [(DSO_N) (S_N - S_O) / 360]$$

d.) Rumus untuk ΔI jika penjualan turun

$$\Delta I = [(DSO_N - DSO_O) (S_N / 360)] + V [(DSO_O) (S_N - S_O) / 360]$$



Rumus untuk ΔP adalah

$$\Delta P = (S_N - S_O)(1 - V) - k(\Delta I) - (B_N S_N - B_O S_O) - (D_N S_N P_N - D_O S_O P_O)$$

Keterangan :

S_O = Penjualan kotor sekarang

S_N = Penjualan kotor baru, setelah ada perubahan kebijakan kredit. S_N bisa $>$ atau $<$ dari S_O

$S_N - S_O$ = Selisih atau perubahan pada penjualan kotor

V = Biaya variable sebagai persentase dari penjualan kotor. V meliputi biaya produksi, persediaan, dan administrasi kredit, kecuali biaya bad debt, penanggungan piutang dan diskon.

$1 - V$ = Margin kontribusi atau *gross profit margin*. Menggambarkan persentase dari setiap rupiah penjualan kotor yang menjadi laba.

k = Biaya mendanai investasi pada piutang.

DSO_O = *Days sales outstanding* atau umur rata-rata piutang sebelum ada perubahan kebijakan kredit.

DSO_N = *Days sales outstanding* atau umur rata-rata piutang setelah ada perubahan kebijakan kredit.

B_O = Kerugian *bad debt* rata-rata pada tingkat penjualan sekarang (sebagai persentase dari penjualan kotor sekarang).

B_N = Kerugian *bad debt* rata-rata pada tingkat penjualan baru (sebagai persentase dari penjualan kotor baru).

P_O = Persentase dari total pelanggan yang memanfaatkan diskon dibawah kebijakan kredit sekarang (dalam rupiah). Atau persentase penjualan kotor yang merupakan penjualan diskon.

P_N = Persentase dari total pelanggan yang memanfaatkan diskon dibawah kebijakan kredit baru.

D_O = Persentase diskon yang ditawarkan sekarang.

D_N = Persentase diskon yang ditawarkan dibawah kebijakan kredit baru.



BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1 Sejarah Perusahaan

PT. Gunung Mas Jaya Sentosa yang beralamat di jalan Kedungdoro no. 111-A merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distributor obat-obatan (*Consumer Health Product*) dan alat-alat kesehatan (sebagai distributor tunggal “ Wellco”). PT. Gunung Mas Jaya Sentosa berdiri pada tanggal 24 Mei 2007 di Surabaya dengan akte notaris Wahyudi, SH no. 201.

Dasar atau filosofi PT. Gunung Mas Jaya Sentosa adalah niat baik yang dijabarkan dalam 3 K, yaitu : Peduli terhadap Kualitas, Kesehatan , Keamanan. Adapun produk-produk yang didistribusikan oleh PT. Gunung Mas Jaya Sentosa adalah sebagai berikut:

- *Antibiotics*
- *Antiseptic*
- *Desinfectan*
- *Vitamin*
- *Branded ethical*
- *Generic*
- *Electromedic*
- *Disposable product*
- *Glove*
- *Laboratory equipment*
- *Medical catheter*
- *Dental equipment*





- *Hospital furniture*
- *Serum control*
- *Ear loop*
- *Steel Wheelchair*
- *Walking stick*
- *Crutch*
- *Medical instrument*

Pada awal perjalanan perusahaan pada tahun 2009, PT. Gunung Mas Jaya Sentosa hanya sebagai distributor obat-obatan karena PT. Gunung Mas Jaya Sentosa baru memiliki Surat Izin Pedagang Besar Farmasi (PBF) dan belum memiliki Surat Izin Penyalur Alat Kesehatan (PAK). Akan tetapi di awal perjalanan perusahaan, PT. Gunung Mas Jaya Sentosa telah menunjukkan prestasi yang cukup membanggakan dengan mampu mendistribusikan obat-obatan kepada sekitar 20 agen, baik domestic maupun internasional sebagai berikut :

a. Domestic:

Sumatra

- Medan : PT. Agung Beringin Lestari, PT. Dwi Tunggal Pharma
- Padang : PT. Lima Jaya
- Pekanbaru: PT. Harapan Raya Mandiri
- Bengkulu : PT. Nareco Lestari
- Palembang: PT. Gatra Nora, PT. Restu Handayani
- Lampung : PT. Karalim Putra Utama, PT. Elkaka Putra Mandiri

Kalimantan

- Pontianak : PT. Mitra Permata, PT. Medikarya
- Balikpapan: PT. Sapta Sari



Sulawesi

- Makasar : PT. Anugerah Kencana Lestari, PT. Binaya Jaya
- Palu : PT. Cancer Djaya Farma
- Manado : PT. Unoson

Jawa

- Jakarta : PT. Gatra Indo Nusa, PT. Indofarma Global Medika
- Karawang : PT. HAS Putra Harapan
- Ponorogo : PT. Mentari Indah Inti Farma
- Surabaya : PT. Bintang Utama, PT. Gatra Persada, PT. Sejahtera Surya Intrio, PT. Bina Mitra Jaya Bersama, PT. Aditamaraya Farmindo, PT. Permata Delta Agung

Bali

- Denpasar : PT. Cista Kirana Mandiri, PT. Kimia Farma Trading & Distribution

NTT

- PT. Hari Falm Farma
- PT. Kimia Farma Trading & Distribution

Ambon

- PT. Gidion Jaya

b. International

Timor Leste

- PT. Foho Osan Mean
- Sanmes RDTL
- Istana Farmacia

Menginjak awal tahun 2010, PT. Gunung Mas Jaya Sentosa merambah ke dunia alat-alat kesehatan diawali dengan menjadi distributor dari produk pihak ketiga setelah dikeluarkannya Surat Izin Penyalur Alat

Kesehatan (PAK) dari Dinas Kesehatan untuk PT. Gunung Mas Jaya Sentosa di Surabaya.

Pada pertengahan tahun 2010, PT. Gunung Mas Jaya Sentosa mulai melakukan registrasi untuk alat-alat kesehatan yang akan di import langsung dari Cina dan Pakistan. PT. Gunung Mas Jaya Sentosa juga mendaftarkan merk dari produk alat-alat kesehatan tersebut dengan nama “Wellco”. Wellco sendiri merupakan singkatan dari Wendy Lanni Co-operation yang adalah nama dari direktur beserta istri dari PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.

Sebagai perusahaan yang masih tergolong baru, bukanlah hal yang mudah untuk bertahan di dunia alat-alat kesehatan dengan merk yang masih belum dikenal oleh masyarakat umum. Namun karena PT. Gunung Mas Jaya Sentosa tetap konsisten dengan kualitas, kesehatan, dan keamanan, membuat proses pengenalan produk-produk Wellco berjalan cukup lancar dengan menawarkan berbagai potongan harga. Sampai pada tahun 2012 total jenis produk Wellco sekitar 80 jenis alat-alat kesehatan.

4.1.2 Legalitas Perusahaan

- Akte Pendirian : Notaris Wahyudi, SH No. 201 tanggal 24 Mei 2007, Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. W10-01198 HT.01.01-TH.2007 tanggal 17 September 2007
- Surat Izin Usaha Perdagangan : 503/4535.A/436.6.11/2009
- Tanda Daftar Perusahaan : 13.01.1.50.18943
- Dikukuhkan sebagai PKP : PEM – 53/WPJ.11/KP.0503/2009
- Angka Pengenal Importir – Umum (API-U) : API-U 133701126-P



4.1.3 Lokasi Perusahaan

PT. Gunung Mas Jaya Sentosa terletak di jalan Kedungdoro No. 111-A Surabaya. Pemilihan lokasi tersebut karena letaknya yang strategis di kawasan perdagangan berupa ruko-ruko dan merupakan jalur yang ramai sehingga akan memudahkan pemasaran produk-produk Wellco.

4.1.4 Susunan Direksi dan Pengurus

- Komisaris : Djoni Human Suhardi
- Direktur : Eddy Gunawan
- Kuasa Direktur : Wendy Christiansen

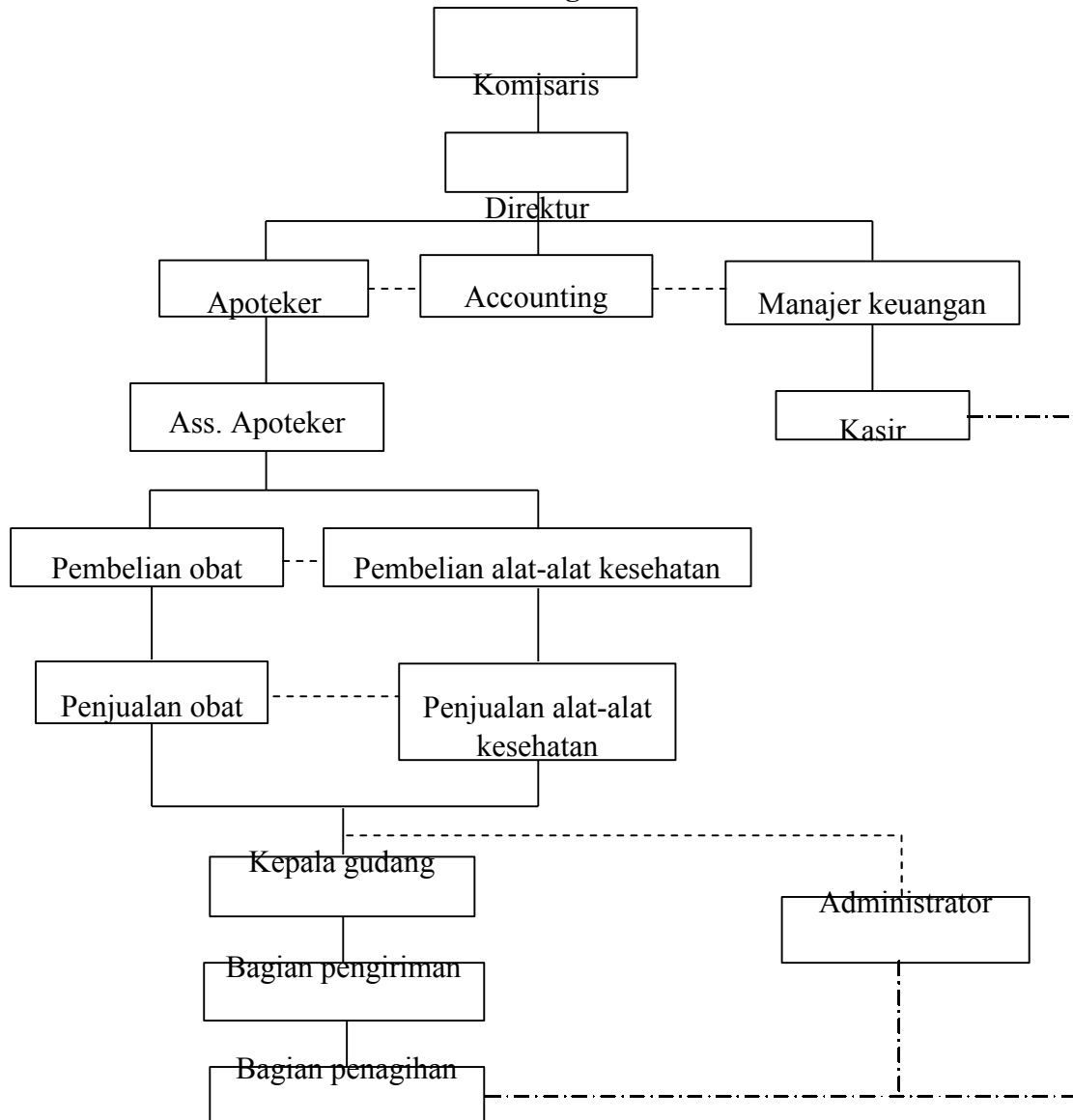
4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT. Gunung Mas Jaya Sentosa dapat dilihat pada Gambar 4.1 sebagai berikut:



Gambar 4.1

Struktur Organisasi



Sumber: PT. Gunung Mas Jaya Sentosa





1. Komisaris

Mempunyai tugas:

- a. Mengawasi perkembangan usaha PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.
- b. Memberi saran dalam pembentukan kebijakan guna kemajuan usaha PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.

2. Direktur

Mempunyai tugas:

- a. Memimpin seluruh aktivitas operasional PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.
- b. Bertanggung jawab dalam proses pemesanan barang-barang impor.
- c. Memberi keputusan pelanggan yang akan diberi kredit.

3. Apoteker

Mempunyai tugas:

- a. Bertanggung jawab dalam pembelian dan penjualan obat maupun alat kesehatan.
- b. Membuat laporan secara berkala kepada Dinas Kesehatan mengenai pembelian dan penjualan obat maupun alat kesehatan.
- c. Melakukan registrasi alat-alat kesehatan yang akan di impor ke Dinas Kesehatan.

4. Asisten apoteker

Mempunyai tugas:

- a. Membantu apoteker dalam mengawasi proses pembelian dan penjualan obat maupun alat kesehatan.

5. Accounting

Mempunyai tugas:

- a. Membuat laporan keuangan secara berkala untuk diserahkan kepada direktur dan komisaris.
- b. Bertanggung jawab dalam perhitungan pajak, pembayaran pajak, serta pelaporan SPT tahunan PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.

6. Manajer Keuangan

Mempunyai tugas:

- a. Mengontrol piutang PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.
- b. Membuat laporan kepada komisaris dan direktur mengenai pembelian, penjualan, piutang, dan semua yang berhubungan dengan keuangan PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.

7. Kasir

Mempunyai tugas:

- a. Bertanggung jawab terhadap setiap uang cash maupun alat pembayaran lainnya yang diterima dari pembayaran customer.
- b. Melakukan pencatatan secara tertulis terhadap penerimaan uang cash maupun alat pembayaran lainnya yang diterima dari pembayaran customer sampai pada penyeteron ke bank kepada manajer keuangan.

8. Pembelian obat / alat – alat kesehatan

Mempunyai tugas:



- a. Melakukan pembelian obat / alat – alat kesehatan sesuai surat permintaan dan setelah mendapat persetujuan dari direktur dan apoteker.

9. Penjualan obat / alat – alat kesehatan

Mempunyai tugas:

- a. Melakukan penjualan obat / alat – alat kesehatan kepada customer yang telah mendapat persetujuan dari direktur dan manajer keuangan.
- b. Mencetak faktur penjualan terhadap customer yang telah mendapat persetujuan dari direktur dan manajer keuangan.

10. Kepala gudang

Mempunyai tugas:

- a. Bertanggung jawab terhadap keluar masuknya barang di gudang.
- b. Membuat laporan secara berkala mengenai stock barang yang ada di gudang.

11. Bagian pengiriman

Mempunyai tugas:

- a. Bertanggung jawab terhadap fisik barang saat pendistribusian menuju ke pelanggan.

12. Bagian penagihan

Mempunyai tugas:

- a. Bertanggung jawab terhadap uang cash, alat pembayaran lainnya, ataupun yang masih dalam bentuk faktur penjualan jatuh tempo yang dibawa.



13. Administrator

Mempunyai tugas:

- a. Menginput seluruh data pembelian dan penjualan PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.
- b. Membuat jadwal penagihan hutang customer.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Data penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah neraca tahun 2009 – 2011 dan laporan laba rugi serta deskripsi kebijakan penjualan kredit pada PT. Gunung Mas Jaya Sentosa tahun 2010 – 2011 adalah sebagai berikut :



Tabel 4.1
Neraca Per 31 Desember 2009

PT. GUNUNG MAS JAYA SENTOSA
N E R A C A
PER 31 DESEMBER 2009

AKTIVA		KEWAJIBAN DAN EKUITAS	
AKTIVA LANCAR :		KEWAJIBAN LANCAR :	
Kas dan setara kas	Rp 38,936,600.00	Hutang usaha	Rp 176,368,322.00
Piutang usaha	Rp 229,967,675.00	Pajak yang masih harus dibayar :	
Persediaan	Rp 10,000,000.00	PPH Pasal 21 Masa Desember 2009	Rp -
Pajak dibayar di muka (PPN-M)	Rp -	Pajak pertambahan nilai (PPN-K)	Rp -
Biaya dibayar di muka	Rp -	PPH Pasal 29 (SPT Tahunan PPh Badan)	Rp 5,176,000.00
Uang muka pembelian	Rp 47,000,000.00	Biaya yang masih harus dibayar	Rp 9,212,454.00
		Hutang kendaraan	Rp -
Jumlah aktiva lancar	Rp 325,904,275.00	Jumlah kewajiban lancar	Rp 190,756,776.00
AKTIVA TETAP : Nilai		KEWAJIBAN JK. PANJANG :	
perolehan Akumulasi	Rp 102,930,500.00	Hutang direksi/PPS	Rp 114,560,034.00
penyusutan	Rp (1,708,947.92)	Hutang Bank	Rp -
Nilai buku aktiva tetap	Rp 101,221,552.08	Jumlah kewajiban jk.panjang	Rp 114,560,034.00
AKTIVA LAIN-LAIN :		EKUITAS :	
Biaya perijinan & pendirian	Rp -	Modal	Rp 250,000,000.00
Biaya pra-operasional	Rp 107,750,000.00	Saldo laba (Rugi) tahun lalu	Rp -
Beban ditangguhkan (By renovasi)	Rp 54,949,470.00	Laba (Rugi) tahun berjalan	Rp 31,796,829.25
Amortisasi aktiva lain-lain	Rp (2,711,657.83)		Rp -
Jumlah aktiva lain-lain	Rp 159,987,812.17	Jumlah ekuitas	Rp 281,796,829.25
JUMLAH AKTIVA	Rp 587,113,639.25	JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS	Rp 587,113,639.25



Tabel 4.2
Neraca Per 31 Desember 2010

PT. GUNUNG MAS JAYA SENTOSA
N E R A C A
PER 31 DESEMBER 2010

AKTIVA		KEWAJIBAN DAN EKUITAS	
AKTIVA LANCAR :		KEWAJIBAN LANCAR :	
Kas dan setara kas	Rp 385,952,151.95	Hutang usaha	Rp 3,921,484,083.31
Piutang usaha	Rp 1,783,624,545.48	Pajak yang masih harus dibayar :	
Perediaan	Rp 1,201,503,174.72	PPh Pasal 21 Masa Desember 2009	Rp 145,350.00
Pajak dibayar dimuka (PPN-M)	Rp 535,643,029.03	Pajak pertambahan nilai (PPN-K)	Rp 293,992,996.50
Biaya dibayar dimuka	Rp 427,000.00	PPh Pasal 29 (SPT Tahunan PPh Badan)	Rp 275,625.00
Uang muka pembelian	Rp 154,565,610.00	Biaya yang masih harus dibayar	Rp 20,512,450.00
		Hutang kendaraan	Rp 22,204,000.00
Jumlah aktiva lancar	Rp 4,061,715,511.18	Jumlah kewajiban lancar	Rp 4,258,614,504.81
AKTIVA TETAP :		KEWAJIBAN JK. PANJANG :	
Nilai perolehan	Rp 327,918,725.00	Hutang direksi/PPS	Rp -
Akumulasi penyusutan	Rp (44,828,422.66)	Hutang Bank	Rp -
Nilai buku aktiva tetap	Rp 283,090,302.34	Jumlah kewajiban jk.panjang	Rp -
AKTIVA LAIN-LAIN :		EKUITAS :	
Biaya perijinan & pendirian	Rp 26,610,000.00	Modal	Rp 250,000,000.00
Biaya pra operasional	Rp 107,750,000.00	Saldo laba (Rugi) tahun lalu	Rp 31,796,829.25
Beban ditangguhkan (By renovasi)	Rp 162,618,589.00	Laba (Rugi) tahun berjalan	Rp 39,265,692.83
Amortisasi aktiva lain-lain	Rp (62,107,375.63)		
Jumlah aktiva lain-lain	Rp 234,871,213.37	Jumlah ekuitas	Rp 321,062,522.08
JUMLAH AKTIVA	Rp 4,579,677,026.89	JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS	Rp 4,579,677,026.89



Tabel 4.3
Neraca Per 31 Desember 2011
PT. GUNUNG MAS JAYA SENTOSA
N E R A C A
PER 31 DESEMBER 2011

AKTIVA		KEWAJIBAN DAN EKUITAS	
AKTIVA LANCAR :		KEWAJIBAN LANCAR :	
Kas dan setara kas	Rp 940,054,407.02	Hutang usaha	Rp 2,962,680,484.92
Piutang usaha	Rp 1,653,764,256.70	Pajak yang masih harus dibayar :	
Persediaan	Rp 1,022,007,461.81	PPh Pasal 21 Masa Desember 2011	Rp 10,800.00
Pajak dibayar di muka :		PPh Pasal 25 Masa Desember 2011	Rp 358,500.00
PPN-M (Masukan)	Rp 864,104,555.52	PPh badan (pajak yang dihitung)	Rp 35,505,300.00
PPh Pasal 25	Rp 3,526,500.00	Biaya yang masih harus dibayar	Rp 370,605.00
PPh Pasal 22 (Impor)	Rp 30,727,000.00	Penjualan diterima dimuka	Rp 53,463,130.64
Biaya dibayar di muka	Rp -		
Uang muka pembelian	Rp 154,565,610.00		
Jumlah aktiva lancar	Rp 4,668,749,791.05	Jumlah kewajiban lancar	Rp 3,052,388,820.56
AKTIVA TETAP :		KEWAJIBAN JK. PANJANG :	
Nilai perolehan	Rp 330,724,625.00	Hutang lain-lain	Rp 1,657,833,647.00
Akumulasi penyusutan	Rp (93,665,408.07)	Hutang Bank	Rp -
Nilai buku aktiva tetap	Rp 237,059,216.93	Jumlah kewajiban jk.panjang	Rp 1,657,833,647.00
AKTIVA LAIN-LAIN :		EKUITAS :	
Biaya pendirian & pendirian	Rp 80,235,000.00	Modal	Rp 250,000,000.00
Biaya pra operasional	Rp 107,750,000.00	Saldo laba (Rugi) tahun lalu	Rp 71,062,522.08
Beban ditangguhkan (By renovasi)	Rp 231,325,089.00	Laba (Rugi) tahun berjalan	Rp 147,864,713.91
Amortisasi aktiva lain-lain	Rp (145,969,393.43)		
Jumlah aktiva lain-lain	Rp 273,340,695.57	Jumlah ekuitas	Rp 468,927,235.99
JUMLAH AKTIVA	Rp 5,179,149,703.55	JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS	Rp 5,179,149,703.55



Tabel 4.4

Laporan L/R Periode Desember 2010

PT. GUNUNG MAS JAYA SENTOSA
LAPORAN LABA (RUGI) KOMERSIAL
UNTUK PERIODE YANG BERAKHIR PADA TANGGAL 31 DESEMBER 2010

	<u>Laba (Rugi) Komersial</u>
PENJUALAN :	
– Penjualan ekspor	Rp 1,725,814,827.00
– Penjualan lokal	Rp 2,939,929,965.00
Jumlah penjualan	Rp 4,665,744,792.00
HARGA POKOK PENJUALAN	
	Rp 4,108,811,617.00
LABA (RUGI) KOTOR	
	Rp 556,933,175.00
BIAYA PENJUALAN	
BIAYA UMUM & ADMINISTRASI :	
Gaji, tunjangan, staf & lembur	Rp 204,550,000.00
By konsumsi (makan, minum, dll)	Rp 6,130,300.00
By pengobatan	Rp 17,400.00
By BBM, transport/perj. dinas	Rp 13,071,950.00
By alat tulis, fotocopy, cetakan	Rp 10,867,970.00
By listrik	Rp 3,960,910.00
By tlp & komunikasi	Rp 16,958,698.00
By pos, paket, fax	Rp 1,822,450.00
By hukum & konsultan	Rp 6,500,000.00
By subsidi PPh Ps.21	Rp 1,489,150.00
By asuransi	Rp 4,697,000.00
By sumbangan & intertainment	Rp 18,004,251.00
By pemeliharaan gedung	Rp 1,925,375.00
By pemeliharaan invent. kantor	Rp 10,823,500.00
By pemeliharaan kendaraan	Rp 5,581,750.00
By penyusutan inventaris kantor	Rp 23,564,891.00
By penyusutan kendaraan	Rp 19,554,583.00
By amortisasi	Rp 59,395,718.00
By iuran & langganan	Rp 30,145,000.00
By pajak & retribusi	Rp 2,670,108.00
By bongkar muat barang	Rp 555,500.00
By kantor lainnya	Rp 1,933,975.00
Jumlah biaya umum & administrasi	Rp 444,220,480.00
PENDAPATAN (BIAYA) LUAR OPERASI :	
Pendapatan bunga & jasa giro bank	Rp 1,942,662.00
Pendapatan / biaya lain-lain	Rp 57,685.00
Selisih pembulatan	Rp (1,726.00)
Biaya administrasi bank	Rp (1,287,000.00)
Jumlah pendapatan (Biaya) luar operasi :	Rp 711,621.00
LABA (RUGI) BERSIH SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	
	Rp 39,541,318.00
PAJAK PENGHASILAN BADAN	
	Rp (275,625.00)
LABA (RUGI) BERSIH SETELAH PAJAK PENGHASILAN	Rp 39,265,693.00



Tabel 4.5

Laporan L/R Periode Desember 2011

PT. GUNUNG MAS JAYA SENTOSA
LAPORAN LABA (RUGI) KOMERSIAL
UNTUK PERIODE YANG BERAKHIR PADA TANGGAL 31 DESEMBER 2011

	<u>Laba (Rugi) Komersial</u>	
PENJUALAN :		
- Penjualan ekspor	Rp	5,984,866,136.88
- Penjualan lokal	Rp	1,571,776,211.00
Jumlah penjualan	Rp	7,556,642,347.88
HARGA POKOK PENJUALAN	Rp	6,737,878,362.78
LABA (RUGI) KOTOR	Rp	818,763,985.10
BIAYA PENJUALAN		
BIAYA UMUM & ADMINISTRASI :		
Gaji, tunjangan, staf & lembur	Rp	217,225,850.00
By konsumsi (makan, minum, dll)	Rp	2,437,780.00
By pengobatan	Rp	414,500.00
By BBM, transport/perj. dinas	Rp	2,172,000.00
By alat tulis, fotocopy, cetakan	Rp	15,553,920.00
By listrik	Rp	4,224,355.00
By tlp & komunikasi	Rp	13,952,568.00
By pos, paket, fax	Rp	2,783,266.00
By air (PDAM)	Rp	117,800.00
By hukum & konsultan	Rp	40,000.00
By keamanan & kebersihan	Rp	124,400.00
By subsidi PPh Ps.21	Rp	1,873,900.00
By asuransi	Rp	427,000.00
By sumbangan & entertainment	Rp	11,110,231.00
By pemeliharaan gedung	Rp	1,624,900.00
By pemeliharaan invent. kantor	Rp	4,408,000.00
By pemeliharaan kendaraan	Rp	14,910,500.00
By penyusutan inventaris kantor	Rp	25,371,485.42
By penyusutan kendaraan	Rp	23,465,500.00
By amortisasi	Rp	83,862,017.80
By iuran & langganan	Rp	5,110,000.00
By pajak & retribusi	Rp	4,934,600.00
By bongkar muat barang	Rp	3,156,000.00
By kantor lainnya	Rp	2,505,500.00
Jumlah biaya umum & administrasi	Rp	441,806,073.22
PENDAPATAN (BIAYA) LUAR OPERASI :		
Pendapatan bunga & jasa giro bank	Rp	2,402,808.74
Pendapatan / biaya lain-lain	Rp	827,000.00
Selisih pembulatan	Rp	(1,383.00)
Laba (Rugi) selisih kurs	Rp	(27,271,169.71)
Biaya administrasi bank	Rp	(917,368.00)
Jumlah pendapatan (Biaya) luar operasi :	Rp	(24,960,111.97)
LABA (RUGI) BERSIH SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	Rp	183,370,013.91
PAJAK PENGHASILAN BADAN	Rp	(35,505,300.00)
LABA (RUGI) BERSIH SETELAH PAJAK PENGHASILAN	Rp	147,864,713.91

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



4.2.1 Kebijakan Penjualan Kredit Tahun 2010

Pada tahun 2010, cadangan kerugian piutang yang ditetapkan oleh pihak manajemen PT. Gunung Mas Jaya Sentosa adalah sebesar 20% dan biaya modal yang tertanam pada piutang sebesar 26%. Pada tahun 2010 ini, pihak manajemen PT. Gunung Mas Jaya Sentosa menawarkan diskon penjualan sebesar 3% dan periode kredit menjadi 30 hari.

Pada tahun 2010 ini PT. Gunung Mas Jaya Sentosa mulai mempunyai produk dengan merk sendiri yaitu “Wellco” dan pemberian kredit lebih diutamakan untuk pelanggan – pelanggan tetap serta distributor besar.

Ketentuan pengumpulan piutang pada tahun 2010 ada sedikit perubahan yaitu pembayaran ditekankan untuk via transfer dan meminimalkan pembayaran secara tunai dengan melalui sales penjualan walaupun melalui sales penjualan dapat membayar berupa giro atau cek yang telah ditulis nomer rekening PT. Gunung Mas Jaya Sentosa dengan benar. Pada tahun ini PT. Gunung Mas Jaya Sentosa mulai bertindak tegas kepada pelanggan yang mempunyai riwayat pembayaran yang kurang baik, antara lain melalui telepon untuk segera melunasi hutang-hutangnya dan tidak memberikan barang-barang yang dipesan apabila tidak segera melunasi hutang-hutangnya.

4.2.2 Kebijakan Penjualan Kredit Tahun 2011

Pada tahun 2011, cadangan kerugian piutang yang ditetapkan oleh pihak manajemen PT. Gunung Mas Jaya Sentosa adalah sebesar 20% dan biaya modal yang tertanam pada piutang sebesar 37%. Pada tahun 2011 ini,



pihak manajemen PT. Gunung Mas Jaya Sentosa merubah kebijakan kredit penjualan dengan menawarkan diskon penjualan sebesar 2% dan periode kredit 45 hari.

Pada tahun 2011 ini, produk – produk dari PT. Gunung Mas Jaya Sentosa dengan merk “Wellco” semakin bervariasi dan mulai menempati pasar kesehatan sehingga hal ini membuat pihak manajemen PT. Gunung Mas Jaya Sentosa yakin walaupun tanpa merubah besarnya diskon dan memperpendek pembayaran piutang, produk – produk “Wellco” akan tetap dapat bersaing dengan produk – produk yang lain.

Ketentuan pengumpulan piutang pada tahun 2011 tidak jauh berbeda dengan ketentuan pengumpulan piutang pada tahun 2010 yaitu tetap ditekankan pembayaran via transfer terutama untuk pelanggan yang berlokasi di luar kota. Namun pada tahun 2011 PT. Gunung Mas Jaya Sentosa tidak lagi menggunakan jasa sales penjualan yang ditempatkan di luar kota sehingga ongkos kirim barang menjadi beban pelanggan.

Baik pelanggan dalam maupun luar kota apabila melakukan kelalaian dalam membayar hutang-hutangnya dan sudah ditagih via telepon tapi tetap tidak memberikan respon yang baik maka perwakilan pihak manajemen PT. Gunung Mas Jaya Sentosa akan datang ke lokasi pelanggan tersebut berada serta membicarakan masalah piutang yang tidak terbayar secara lebih serius.

4.2.3 Rencana Kebijakan Kredit Tahun 2012

Pada tahun 2012, PT. Gunung Mas Jaya Sentosa berencana merubah kebijakan kredit dengan tidak menawarkan diskon penjualan tetapi



memperpanjang periode kredit selama 60 hari. Diperkirakan penjualan akan meningkat 6% dari penjualan pada tahun 2011. Cadangan kerugian piutang adalah 20%.

4.3 Analisa Pengumpulan Piutang dan Profitabilitas Tahun 2010 - 2011

Berdasarkan laporan keuangan pada tahun 2010 – 2011, perhitungan untuk pengumpulan piutang dan profitabilitas sebagai berikut :

a. Tahun 2010

$$\begin{aligned}
 \text{Penjualan} &= \text{Rp } 4.665.744.792,- \\
 \text{Piutang awal} &= \text{Rp } 229.967.675,- \\
 \text{Piutang akhir} &= \text{Rp } 1.783.624.545,48 \\
 \text{Rata – rata piutang} &= \frac{\text{Piutang awal} + \text{piutang akhir}}{2} \\
 &= \frac{\text{Rp } 229.967.675 + \text{Rp } 1.783.624.545,48}{2} \\
 &= \text{Rp } 1.006.796.110,24 \\
 \text{Umur rata – rata piutang} &= \frac{360 \times \text{rata – rata piutang}}{\text{Penjualan kredit}} \\
 &= \frac{360 \times \text{Rp } 1.006.796.110,24}{\text{Rp } 4.665.744.792,-} \\
 &= 78 \text{ hari} \\
 \text{Tingkat perputaran piutang} &= \frac{\text{Penjualan kredit pertahun}}{\text{Rata-rata piutang}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 4.665.744.792,-}{\text{Rp } 1.006.796.110,24} \\
 &= 4,6 \text{ kali} \\
 \text{Gross profit margin} &= \frac{\text{Penjualan} - \text{HPP}}{\text{Penjualan}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 4.665.744.792 - \text{Rp } 4.108.811.617}{\text{Rp } 4.665.744.792} = 12 \%
 \end{aligned}$$



$$\text{Operating profit margin} = \frac{\text{Laba operasional}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp } 39.541.318}{\text{Rp } 4.665.744.792} \times 100\%$$

$$= 1\%$$

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp } 39.265.693}{\text{Rp } 4.665.744.792} \times 100\%$$

$$= 1\%$$

b. Tahun 2011

$$\text{Penjualan} = \text{Rp } 7.556.642.347,88$$

$$\text{Piutang awal} = \text{Rp } 1.783.624.545,48$$

$$\text{Piutang akhir} = \text{Rp } 1.653.764.256,70$$

$$\text{Rata – rata piutang} = \frac{\text{Piutang awal} + \text{piutang akhir}}{2}$$

$$= \frac{\text{Rp } 1.783.624.545,48 + \text{Rp } 1.653.764.256,70}{2}$$

$$= \text{Rp } 1.718.694.401,09$$

$$\text{Umur rata – rata piutang} = \frac{360 \times \text{rata – rata piutang}}{\text{Penjualan kredit}}$$

$$= \frac{360 \times \text{Rp } 1.718.694.401,09,-}{\text{Rp } 7.556.642.347,88,-}$$

$$= 82 \text{ hari}$$

$$\text{Tingkat perputaran piutang} = \frac{\text{Rp } 7.556.642.347,88}{\text{Rp } 1.718.694.401,09}$$

$$= \frac{\text{Penjualan kredit pertahun}}{\text{Rata-rata piutang}}$$

$$= 4,4 \text{ kali}$$

$$\text{Gross profit margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{HPP}}{\text{Penjualan}}$$



$$= \frac{\text{Rp } 7.556.642.347,88 - \text{Rp } 6.737.878.362,78}{\text{Rp } 7.556.642.347,88}$$

$$= 0,11 = 11 \%$$

$$\text{Operating profit margin} = \frac{\text{Laba operasional}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp } 183.370.013,91}{\text{Rp } 7.556.642.347,88} \times 100\%$$

$$= 2\%$$

$$\text{Net profit margin} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp } 147.864.713,91}{\text{Rp } 7.556.642.347,88} \times 100\%$$

$$= 2\%$$

Tabel 4.6

Hasil Perhitungan Pengumpulan Piutang dan Profitabilitas

Parameter		2010	2011
<u>Pengumpulan Piutang :</u>			
-	Umur rata-rata piutang	78 hari	82 hari
-	Tingkat perputaran piutang	4,6 kali	4,4 kali
<u>Rasio profitabilitas :</u>			
-	Gross profit margin	12%	11%
-	Operating profit margin	1%	2%
-	Net profit margin	1%	2%

Analisa :

Berdasarkan hasil perhitungan selama dua tahun terakhir, pengumpulan piutang PT. Gunung Mas Jaya Sentosa masih boleh dibilang sangat buruk karena masih jauh dari ketentuan kredit yang telah ditetapkan yaitu pada tahun 2010 adalah 30 hari dan tahun 2011 adalah 45 hari. Pada tahun 2011 terdapat penurunan yaitu umur rata-rata piutang yang panjang dan tingkat





perputaran piutang yang rendah dibandingkan tahun 2010. Hal ini terjadi selain karena pada tahun 2011 PT. Gunung Mas Jaya Sentosa tidak lagi menggunakan jasa sales sehingga piutang – piutang pelanggan yang ada di luar kota menjadi terhambat untuk ditagih, juga PT. Gunung Mas Jaya Sentosa tidak menerapkan teori 5 K selama pelanggan tersebut bersedia melakukan pembayaran via transfer dan pernah tercatat pernah melakukan pembelian di PT. Gunung Mas Jaya Sentosa, pasti akan dilayani penjualan secara kredit.

Pada tahun 2010, *gross profit margin* lebih tinggi dibandingkan tahun 2011. Hal ini terjadi karena pada tahun 2010 harga pokok penjualan lebih rendah dibandingkan dengan penjualan. Sedangkan untuk *operating profit margin* dan *net profit margin* pada tahun 2011 lebih tinggi dibandingkan tahun 2010. Hal ini terjadi karena pada tahun 2011 mempunyai biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan penjualan. Pada tahun 2010 biaya yang dikeluarkan lebih besar dibandingkan dengan penjualan karena pada tahun tersebut PT. Gunung Mas Jaya Sentosa memerlukan banyak dana untuk memperkenalkan produknya ke masyarakat umum agar tertarik untuk membeli produk dari PT. Gunung Mas Jaya Sentosa. Tetapi hal ini masih jauh dari harapan PT. Gunung Mas Jaya Sentosa yang menginginkan tingkat profitabilitas setiap tahunnya naik sekitar 20 - 25%.

4.4 Analisa Incremental Tahun 2012

Perhitungan untuk menganalisa apakah perubahan kebijakan kredit pada tahun 2012 layak untuk dijalankan atau tidak adalah sebagai berikut :

Biaya variable terhadap penjualan (V) tahun 2011

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Biaya variable}}{\text{Penjualan}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 6.737.878.362,78}{\text{Rp } 7.556.642.347,88} \\
 &= 0,89
 \end{aligned}$$

$$\Delta I = [(DSO_N - DSO_O) (S_O / 360)] + V [(DSO_N) (S_N - S_O) / 360]$$

$$\begin{aligned}
 \Delta I &= [(60 - 82) (\text{Rp } 7.556.642.347,88 / 360)] + 0,89 [(60) (\text{Rp } 8.010.040.888,75 - \text{Rp } 7.556.642.347,88) / 360] \\
 &= [(-22) (\text{Rp } 20.990.673,19)] + 0,89 [(60) (\text{Rp } 453.398.540,87) / 360] \\
 &= [-\text{Rp } 461.794.810,15] + 0,89 [\text{Rp } 75.566.423,48] \\
 &= [-\text{Rp } 461.794.810,15] + [\text{Rp } 67.254.116,90] \\
 &= -\text{Rp } 394.540.693,25
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \Delta P &= (S_N - S_O)(1 - V) - k(\Delta I) - (B_N S_N - B_O S_O) - (D_N S_N P_N - D_O S_O P_O) \\
 &= (\text{Rp } 8.690.138.700,06 - \text{Rp } 7.556.642.347,88) (1 - 0,89) - 0,37 (-\text{Rp } 394.540.693,25) - (0,20 \times \text{Rp } 8.690.138.700,06 - 0,20 \times \text{Rp } 7.556.642.347,88) - (0 - 0,02 \times \text{Rp } 7.556.642.347,88 \times 1) \\
 &= (\text{Rp } 1.133.496.352,18) (0,11) + (\text{Rp } 145.980.056,50) - (\text{Rp } 1.738.027.740,01 - \text{Rp } 1.511.328.469,58) - (-\text{Rp } 151.132.846,96) \\
 &= (\text{Rp } 124.684.598,74) + (\text{Rp } 145.980.056,50) - (\text{Rp } 226.699.270,44) + (\text{Rp } 151.132.846,96) \\
 &= \text{Rp } 195.098.231,76
 \end{aligned}$$



Tabel 4.7

Analisa incremental

Keterangan	Rencana Tahun 2012
Perubahan investasi pada piutang (ΔI)	- Rp 394.540.693,25
Perubahan laba sebelum pajak (ΔP)	Rp 195.098.231,76

Analisa :

Berdasarkan hasil perhitungan analisa incremental diatas untuk rencana perubahan kebijakan kredit menggambarkan bahwa rencana perubahan kebijakan kredit untuk tahun 2012 layak untuk dilakukan. Hal ini terbukti dengan hasil perhitungan perubahan investasi pada piutang bernilai yang negatif dan perubahan laba sebelum pajak yang bernilai positif.

Perubahan investasi pada piutang yang bernilai negatif berarti diperkirakan piutang dapat dikumpulkan lebih cepat sehingga biaya untuk mendanai piutang juga berkurang. Semakin cepat piutang dapat terkumpul maka perusahaan juga dapat lebih cepat mendapatkan modalnya kembali untuk perputaran operasional perusahaan.

Perubahan laba sebelum pajak yang bernilai positif menunjukkan bahwa perkiraan perubahan kebijakan kredit memberikan tambahan laba untuk perusahaan, sehingga perubahan kebijakan kredit layak untuk dilakukan.





BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil perhitungan dan analisa pada penelitian tersebut, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Selama tahun 2010 – 2011, pengumpulan piutang PT. Gunung Mas Jaya Sentosa masih belum memenuhi standar pengumpulan piutang yang telah ditetapkan.
2. Kebijakan pemberian diskon penjualan meningkatkan volume penjualan perusahaan namun semakin menurunkan profitabilitas perusahaan.
3. Rencana perubahan kebijakan kredit untuk tahun 2012 dengan meniadakan diskon penjualan namun memperpanjang periode kredit berdasarkan analisa incremental diperkirakan meningkatkan profitabilitas perusahaan sehingga rencana perubahan kebijakan kredit tersebut layak untuk diambil.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Kepada Perusahaan

- 1.) Perlu diadakannya pengendalian piutang, yaitu *aging schedule*, buku pembantu piutang, dan konfirmasi piutang.
- 2.) Pemberian diskon penjualan tidak diperbesar karena akan semakin menurunkan profitabilitas PT. Gunung Mas Jaya Sentosa.

- 3.) Berdasarkan analisa incremental sebaiknya PT. Gunung Mas Jaya Sentosa melakukan perubahan kebijakan kredit dan menyeleksi pelanggan yang akan diberi kredit dengan pendekatan 5 K.

5.2.2 Saran Kepada Peneliti yang Akan Datang untuk Bahan Penelitian

Dengan penelitian ini, diharapkan peneliti yang akan datang dapat memberikan masukan ataupun referensi mengenai analisa perubahan kebijakan kredit terhadap profitabilitas agar tercapainya tujuan perusahaan yang lebih maksimal.



DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, Lukas Setia. 2002. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Andi
- Brigham, Eugene F. Dan Joel F. Houston. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan edisi 10 Buku 1*. Terjemahan Ali Akbar Yulianto. Jakarta: Salemba Empat
- Helfert, Erich A. 1997. *Teknik Analisis Keuangan: Petunjuk Praktis untuk Mengelola dan Mengukur kinerja Perusahaan*. Terjemahan Herman Wibowo. Jakarta: Erlangga
- Husnan, Suad. 2000. *Manajemen Keuangan: Teori dan penerapan*. Yogyakarta: BPFE
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti. 2002. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN
- Jusup, Al Haryono. 2005. *Dasar-dasar Akuntansi*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
- Margaretha, Farah. 2005. *Teori dan Aplikasi Manajemen Keuangan: Investasi dan Sumber Dana Jangka Pendek*. Jakarta: PT. Grasindo
- Martono dan Agus Harjito. 2002. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII
- Muslich, Mohamad. 2000. *Manajemen Keuangan Modern: Analisis, Perencanaan, dan Kebijaksanaan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Niswonger, C. Rollin, Carl S. Warren, James M. Reeve, dan Philip E. Fess. 1990. *Prinsip-Prinsip Akuntansi Edisi ke-19*. Terjemahan Alfonsus Sirait dan Helda Gunawan. Jakarta: Erlangga
- Syamsuddin, Lukman. 2001. *Manajemen Keuangan Perusahaan: Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Keuangan: Ringkasan Teori dan Penyelesaian Soal*. Yogyakarta: Ekonisia, Kampus Fakultas Ekonomi UII



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



PT. GUNUNG MAS JAYA SENTOSA

Alat Kedokteran, Dental & Perusahaan Besar Farmasi

Izin PBF No: HK.07.01/I/048/10 Izin PAK No: HK.07.Aikes./V/557/AK.2/2010

SURAT KETERANGAN

No. 002/GMJS/IX /2012

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wendy Christiansen

Jabatan : Direktur

Menerangkan bahwa :

Nama : Natalita Bahtiar

NPM : 0822019

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Akuntansi

Universitas : Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya

Telah melakukan penelitian berkaitan dengan tugas akhir tentang kebijakan kredit di

PT. Gunung Mas Jaya Sentosa Surabaya

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 06 September 2012

PT. Gunung Mas Jaya Sentosa
SURABAYA

Wendy Christiansen
Direktur